



# Medienkompetenz in kommunaler Verantwortung

Ergebnisse einer Werkstatt von Medienzentren in NRW



Qualität für Menschen



## Impressum

### Herausgeber

Medienzentrum Rheinland  
Bertha-von-Suttner-Platz 3  
40227 Düsseldorf  
T 0211.89-98104  
F 0211.89-29264  
[www.medienzentrum-rheinland.lvr.de](http://www.medienzentrum-rheinland.lvr.de)

Westfälisches Landesmedienzentrum  
Fürstenbergstraße 14  
48147 Münster  
T 0251.591-3902  
F 0251.591-3982  
[www.lwl.org/LWL/Kultur/Landesmedienzentrum](http://www.lwl.org/LWL/Kultur/Landesmedienzentrum)

### Redaktion

Dagmar Riekenberg, Medienzentrum Hamm; Elisabeth Janke, Medienzentrum Kreis Lippe; Wolfgang Dax-Romswinkel, Medienzentrum Rhein-Sieg-Kreis; Andreas Scholten, Marlene Albrecht-Illner, Christiane Bröckling, Medienberatung NRW (Leitung)

### An der Werkstatt beteiligt waren

Marlene Albrecht-Illner, Michael Arens, Frank Asselborn, Marlies Baak-Witjes, Urban Brocks, Christiane Bröckling, Wolfgang Dax-Romswinkel, Markus Eschweiler, Hans-Jürgen Garn, Bernd Gohlicke, Friedhelm Göris, Dieter Gossens, Martin Halbach, Ernst-Dieter Heger, Manfred Heling, Achim Helm, Claudia Henrichwark, Bernd Hoffmann, Helmut Hülde, Martin Husemann, Burkhard Jähn, Elisabeth Janke, Jürgen König, Klaus Korff, Dr. Markus Köster, Klaus Koril, Bernd-H. Korte, Günther Kröger, Rainer Land, Elmar Laudage, Bernd Lehmann, Heinz Ulrich Leistner, Beate Ludwig, Claudia Mühl, Ralf Neuss, Wilfred Paschvoss, Dr. Joachim Paul, Dagmar Riekenberg, Hans-Werner Robke, Lars Rosenbaum, Lothar Schalis, Klaus Dieter Schneider, Dr. Angela Schöppner-Höper, Andreas Scholten, Konstanze Schupp, Franz Speckenheuer, Michael Thessel, Otto Trebels, Wolfgang Vaupel, Olaf Weichert, Michael Wenzel, Heike Wieneke, Rainer Wulff

### Fotos

Medienzentrum Kreis Güterloh (Seite 85)  
Medienzentrum Hamm (Seiten 24, 34, 57, 58, 59, 65 und 73)  
Medienzentrum Rheinland (Titel)

### Gestaltung

[www.launchcontrol.net](http://www.launchcontrol.net)

### Druck

LVR Druckerei



Die Medienberatung NRW ist ein Angebot des Medienzentrums Rheinland, des Westfälischen Landesmedienzentrums und des Landes NRW.



# Medienkompetenz in kommunaler Verantwortung

Ergebnisse einer Werkstatt von Medienzentren in NRW

## Ein Blick in die Zukunft

Die rasanten Entwicklungen der Informations- und Kommunikationstechnologien, enge finanzielle Spielräume und nicht zuletzt die offenkundigen Schwächen des deutschen Bildungssystems im internationalen Vergleich stellen die kommunalen Unterstützungsstrukturen für die schulische und außerschulische Bildung vor große Herausforderungen.

Die von allen relevanten gesellschaftlichen Kräften erhobene Forderung nach massiver Investition in die zentrale Ressource unseres Landes durch Bildung und Qualifikation – insbesondere der jungen Generation – rückt die Qualität des Lernens in unseren Schulen in den Fokus aller Bemühungen. Dabei spielen Medien eine zentrale Rolle. Sie können und sollen heute einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Lernkultur und damit auch zur Qualitätsentwicklung von Schule und Unterricht insgesamt leisten.

Vor dem Hintergrund der aktuellen Evaluationen des Bildungssystems in Deutschland, insbesondere der PISA-Ergebnisse, wissen wir zugleich, dass die Qualitätsverbesserung von Bildung veränderte Rahmenbedingungen benötigt. In NRW werden diese in den nächsten Jahren systematisch entwickelt:

### Die „Selbstständige Schule“

Veränderung von Schule und Unterricht gestaltet sich nachweislich am wirkungsvollsten, wenn Schule in erheblichem Umfang zentrale Aufgaben selbst steuert. Im Projekt „Selbstständige Schule“ in NRW wird in zur Zeit 278 Schulen erprobt, welchen Rahmen Schule braucht, um erfolgreich und systematisch Qualitätsentwicklung zu betreiben. Bereits in Kürze ist mit der Übertragung der positiven Ergebnisse in die Breite zu rechnen.

### Stärkung der Unteren Schulaufsicht

Parallel wird im Rahmen einer umfassenden Reform der Schulaufsicht die lokale Ebene, also die Rolle der Unteren Schulaufsicht gestärkt. Für alle Schulformen wird die Aufsicht und Beratung vor Ort vorhanden sein und damit die Chance einer Steuerung kommunaler oder regionaler Schullandschaften erheblich verbessert.

### Stärkung des kommunalen Einflusses

Die Forderung der kommunalen Schulträger nach einem stärkeren Einfluss auf die Schulentwicklung insgesamt wird damit eingelöst. Dies erfordert eine systematische Neudefinition des Verhältnisses von inneren und äußeren Schulangelegenheiten und deren Abstimmung vor Ort in einem kontinuierlichen Prozess. Im Projekt „Selbstständige Schule“ haben sich hier regionale Steuergruppen zur Moderation bewährt, die dem direkten kommunalen Einfluss unterliegen.

### Beratungskompetenz vor Ort

Parallel wird die selbstständige Schule einen erheblich höheren Qualifizierungs- und Beratungsbedarf haben. Das Land wird hierfür entsprechende Ressourcen vor Ort



links: Michael Thessel, Leiter des Medienzentrums Rheinland  
rechts: Dr. Markus Köster, Leiter des Westfälischen Landesmedienzentrums

bereitstellen. Zusätzlich erhalten die Schulen Budgets, um entsprechende Angebote bedarfsgerecht einzukaufen. Auf der Angebotsseite müssen passende Veranstaltungen geplant werden. Dieser Markt entsteht zur Zeit. Alle Anbieter von Qualifizierungsmaßnahmen sind hier gefordert.

### Bündelung kommunaler Dienstleistungen

Die kommunalen Schulträger halten zur Zeit eine Reihe von Einrichtungen vor, die oft noch ungestimmt Angebote für Schulen anbieten oder z.T. Schule noch nicht als Kunden im Blick haben: Dazu gehören Medienzentren ebenso wie Bibliotheken, Volkshochschulen, kommunale Rechenzentren, Museen, Archive und andere. Im Hinblick auf die anstehenden Entwicklungen ist es geboten, diese kommunalen Dienstleistungen zusammen zu sehen und Schulen mit abgestimmten Angeboten anzusprechen. Der Grundsatz des sparsamen und effizienten Umgangs mit öffentlichen Ressourcen gebietet es, auch die außerschulischen Bildungsanstrengungen in gleicher Weise zu koordinieren.

### Medienkompetenz als Landesaufgabe

Guter Unterricht braucht gute Medien. Medien machen Unterrichtsinhalte zugäng-

lich und sind Werkzeuge für den Lernprozess. Die Qualitätsentwicklung von Unterricht ist daher untrennbar verbunden mit der schulischen Medienbildung.

Aus diesem Grund hat das Land NRW die e-teams eingerichtet, die sich aus Vertreterinnen und Vertretern der Schulaufsicht und Schulverwaltung, Medienberaterinnen und -beratern sowie Moderatorinnen und Moderatoren der Lehrerfortbildung zusammensetzen.

e-teams haben als ortsnahe Unterstützungssystem die Aufgabe, die Schulen in allen Fragen des Lernens mit Medien (z.B. bei der Auswahl und dem Einsatz von Medien, der Medienentwicklungsplanung, der Infrastruktur und Ausstattung) zu unterstützen.

### **Medienkompetenz als kommunale Aufgabe**

Wie die Qualitätsentwicklung von Schule liegt die außerschulische Medienbildung im vitalen Interesse der Kommunen. Das Erlernen von Medienkompetenz kann nicht auf Schule beschränkt sein, es ist ein lebenslanger, vom Vorschul- bis zum Seniorenalter reichender Bildungsprozess. Die Medienalphabetisierung von Bürgerinnen und Bürgern qualifiziert die wichtigste Ressource der Kommunen auf einem zentralen Bildungssektor. Sie leistet damit einen Beitrag zu Standortsicherung und Strukturentwicklung von Kreisen und Städten.

Die beschriebenen Herausforderungen und Veränderungen stellen auch die kommunalen Medienzentren vor die Existenzfrage. Vor dem Hintergrund sich verändernder kommunaler Unterstützungsanforderungen und -systeme ist die Frage zu beantworten, ob und in welcher Form sich Medienzentren in Zukunft profilieren, um ihren Beitrag zur Qualitätsentwicklung von Bildung zu leisten. Dazu ist die Beschäftigung mit den Chancen der Zentralisierung von Dienstleistungen - etwa durch die neuen technischen Möglichkeiten - ebenso nötig wie die Auseinandersetzung mit der Frage nach der Notwendigkeit lokaler Beratung und Präsenz vor Ort.

Diesen und weiteren Fragen haben sich Vertreterinnen und Vertreter aus 18 nordrhein-westfälischen Medienzentren in den Jahren 2002 bis 2004 im Rahmen einer „Werkstatt Medienzentren 2005“ gestellt. Initiiert vom Medienzentrum Rheinland und dem Westfälischen Landesmedienzentrum unter dem Dach der e-initiative.nrw hatte die Werkstatt das Ziel, Arbeitsschwerpunkte und Strukturen in den kommunalen Medienzentren im Hinblick auf veränderte Anforderungen zu überprüfen und differenzierte Konzepte zur Weiterentwicklung der lokalen Unterstützungsstrukturen zu erarbeiten.

Der vorliegende Werkstattbericht gibt Einblick in die Arbeit der Medienzentren und die bereits sichtbaren Veränderungen und Anpassungen an die neuen Bedarfe und Realitäten.

Er will und kann keine verbindlichen Standards vorgeben, denn dies passt nicht zum Primat der kommunalen Selbstverwaltung in NRW und zur Gestaltungshoheit der kommunalen Schulträger.

Gleichwohl zeigt er die Leistungsfähigkeit und Bereitschaft der vor Ort Handelnden und macht überzeugend deutlich, dass ein profiliertes Medienzentrum mit den vor Ort gebündelten kommunalen und Landesressourcen wesentlich zur Schlüsselqualifikation „Medienkompetenz“ beiträgt.

Mit dieser Veröffentlichung soll eine offensive Auseinandersetzung über den Beitrag der kommunalen Medienzentren zur Qualitätsentwicklung in NRW angestoßen werden. Weitere Veranstaltungen und Publikationen sind geplant. Insofern fordert sie zur Beteiligung auf und lädt zum Diskurs ein.

Wir danken allen Beteiligten für Ihre engagierte Mitarbeit.

# Medienkompetenz in kommunaler Verantwortung

Ergebnisse der "Werkstatt Medienzentren 2005"

<b>Einleitung</b>	10		
<b>Die 6 Medienmodule NRW</b>	13		
<b>1 Medienbereitstellung</b>	14		
<b>Die digitale Revolution im Medienbereich</b>	15		
Was ändert sich durch digitale Medien?; Vom Verleih des "Stückguts" zum Verteilen von Daten; Analoge Medien; Digitale Medien			
<b>Rechtliche Aspekte</b>	18		
<b>Lizenzwerb durch die Medienzentren</b>	19		
<b>Verfahren der Medienbereitstellung</b>	19		
Download aus dem Internet; Überspielen auf Datenträger; Weitergabe von Original-Datenträgern; Notwendigkeit der Beibehaltung des bisherigen Verleihs			
<b>Kooperationen</b>	21		
<b>Versorgung des außerschulischen Bereichs</b>	21		
<b>Medienbereitstellung konkret: EDMOND</b>	22		
Praxisbeispiel: Medienbereitstellung vor Ort, Medienzentrum Rhein-Sieg-Kreis	23		
<b>2 Medienberatung und Fortbildung</b>	26		
<b>Aufgaben von Beratung und Fortbildung im Einzelnen</b>	28		
<b>Konzeptentwicklung aus Sicht des Medienzentrums</b>	30		
<b>Medienberatung und Fortbildung konkret</b>	32		
Praxisbeispiel: Dortmunder Medientag, Medienzentrum Dortmund	34		
<b>3 Support – Medientechnische Unterstützung</b>	36		
<b>Derzeitige Dienstleistungen der Medienzentren</b>	36		
<b>Perspektiven</b>	37		
<b>Mögliche Supportaufgaben des Medienzentrums</b>	38		
Praxisbeispiel: Das Medienzentrum als Schaltzentrale – Kommunale Medienentwicklungsplanung, Medienzentrum Remscheid	42		
<b>4 Lern- und Veranstaltungsort</b>	45		
<b>Bedarfe ermitteln – Aufträge erkennen</b>	45		
<b>Interne Voraussetzungen schaffen</b>	46		
<b>Zielorientiert planen</b>	46		
<b>Planung von Veranstaltungen</b>	46		
Planungsmodule	47		
<b>Das Medienzentrum als Lernort</b>	54		
Planungsmodule	54		
		Praxisbeispiel: Kinderfilmfest Hamm: 18 Jahre packende Unterhaltung, Medienzentrum Hamm	57
		Praxisbeispiel: Medien in der außerschulischen Pädagogik – ein gewachsenes Fortbildungskonzept, Medienzentrum Hamm	59
		<b>5 Medienkulturarbeit</b>	61
		<b>Die Rolle des Medienzentrums</b>	61
		<b>Medien – Kunstwerk und Kulturgut</b>	62
		<b>Medien – Inhaltlich</b>	62
		<b>Medienpräsentation als "Event"</b>	62
		<b>Medienproduktion und aktive Medienarbeit</b>	63
		Praxisbeispiel: Der "Hammer Oskar", Medienzentrum Hamm	65
		<b>Medienvermarktung und Öffentlichkeitsarbeit</b>	68
		<b>Medienzentren als Kooperationspartner</b>	68
		<b>Medienkulturarbeit konkret</b>	69
		Thema: Film, Produktion, Fortbildungen, Medien-Archiv	70
		Aufbau eines Informationsnetzwerkes "Medienkulturarbeit",	71
		Orte der Medienkulturarbeit, Kooperationspartner	71
		Praxisbeispiel: "Kino macht Lust auf mehr..", Medienzentrum Kreis Lippe	72
		<b>6 Informationsmanagement</b>	75
		<b>Informationsmanagement in der kommunalen Medienarbeit</b>	75
		<b>Grundlagen</b>	76
		Relevante Gesetze; Verordnungen und Traditionen; Presse- und Öffentlichkeitsarbeit; Lokale Voraussetzungen	76
		<b>Aufgabenfelder</b>	78
		Informationskanäle aufbauen; Das Informationschaos strukturieren – Steuern, Bündeln und Erstellen von Informationen	78
		<b>Voraussetzungen schaffen</b>	81
		Qualifikationen, Technik	81
		Praxisbeispiel: Gütersloher Bildungsserver, Medienzentrum Kreis Gütersloh	85
		<b>Kooperations- und Organisationsformen</b>	88
		<b>Kooperation – Integration – Fusion: Sachliche Notwendigkeiten</b>	88
		<b>Ziel: Optimale Unterstützung der kommunalen Bildungslandschaft</b>	89
		<b>Beispiele institutioneller Kooperation</b>	90
		Pädagogisches Zentrum Hamm	90
		Bibliothek und Medienzentrum	90
		<b>Chancen und Risiken</b>	91

## Einleitung

Seit über 75 Jahren gibt es in Deutschland kommunale Medienzentren. Gemeinsam mit dem Medieninstitut der Länder „FWU“<sup>1</sup> und den Landesmedienzentren sind sie Teil eines mehrstufigen Systems der öffentlichen Medienversorgung. Mit den kommunalen Medienzentren kamen und kommen die Schulträger in NRW der gesetzlichen Verpflichtung im Rahmen der Sachaufwandsträgerschaft nach, ihren Schulen Medien für das Lernen und eine entsprechende Medientechnik zur Verfügung zu stellen.<sup>2</sup>

Die Geschichte und die Zukunft der kommunalen Medienzentren in NRW sind im Wesentlichen durch folgende Bedingungen gekennzeichnet:

- Unterschiedlichkeit der regionalen Gebietskörperschaften
- unterschiedliche Personalstrukturen
- unterschiedliche Profilbildungen
- zentrale Bedeutung des Verleihs

Anders als in Baden-Württemberg gibt es in NRW keine bindende gesetzliche Grundlage für die Ausgestaltung des kommunalen Medienservices für Schulen und andere Kultur- und Bildungseinrichtungen. So ist in einer Landschaft von ganz unterschiedlichen regionalen Gebietskörperschaften ein facettenreiches System örtlicher Medienzentren entstanden. Art und Umfang der in diesem Feld zu bewältigenden Aufgaben sehen etwa in einem ländlich geprägten Flächenkreis mit einer Vielzahl von Schulträgern und wenigen kleinen Schulen anders aus als in einer Großstadt. Dort hingegen besteht eine Zuständigkeit für zahlreiche Schulen aller Schulformen und -stufen. Wieder anders stellen sich die Aufgaben in einer mittleren Stadt mit einer entsprechenden Schulstruktur dar. Die Medienzentren haben regional sehr unterschiedliche Gesichter, sowohl die Dienstleistungen als auch die räumlichen und personellen Ressourcen variieren erheblich.

Obgleich die Medienbereitstellung fast überall eine zentrale Bedeutung hat, haben die Medienzentren sehr unterschiedliche Profile ausgebildet, die sich im Medienangebot, aber auch in den angesprochenen Zielgruppen sowie den Dienstleistungen ausprägen.

### Die Werkstatt Medienzentren 2005

Die Anforderungen an die lokalen Systeme des Medienservices haben sich analog zur Medienentwicklung in den letzten 75 Jahren verändert. Für die Werkstatt „Medienzentren 2005“ – begonnen im Jahr 2002 – waren vor allem folgende Aspekte ausschlaggebend:

<sup>1</sup> Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht „FWU“, München

<sup>2</sup> vgl. Schulgesetz NRW, §92 Kostenträger

### Anforderungen aus Schule und Unterricht

Nicht erst seit PISA – aber seitdem mehr denn je – ist die Notwendigkeit deutlich geworden, unser Bildungssystem zu optimieren. Stichworte wie „Qualitätssicherung von Unterricht“, „selbstständiges und entdeckendes“ oder „lebenslanges“ Lernen, markieren die Richtung für die geforderte Weiterentwicklung von Schule und Unterricht. Der Einsatz aktueller Medien bietet in diesem Feld Möglichkeiten, innovative, methodische und didaktische Prinzipien zu realisieren. Daraus entstehen Anforderungen an den örtlichen Medienservice für Schulen:

- kostengünstiger und schneller Zugriff auf aktuelle Medien durch eine technisch und organisatorisch praktikable Medienbereitstellung
- wachsender Beratungsbedarf bei Pädagoginnen und Pädagogen zur Entwicklung entsprechender Konzepte für den Medieneinsatz (Medienkonzepte) sowie zur Medienauswahl
- methodischer, didaktischer und technischer Fortbildungsbedarf

### Anforderungen aus der Perspektive kommunaler Aufgaben

Die IT-Ausstattung von Schulen sowie die Wartung und der Support der IT-Systeme sind als neue Aufgabenfelder der kommunalen Schulträger entstanden. Zeitgleich erfordert die angespannte Haushaltslage der Mehrzahl der Kommunen eine Neuorganisation, die in der Regel zum Zusammenführen oder sogar Streichen von Arbeitsbereichen führt. Noch vorhandene Ressourcen müssen sehr gezielt und kostengünstig eingesetzt und mögliche Synergien effizient genutzt werden.

Aufgrund der zunehmenden Digitalisierung von Medien und den erweiterten Möglichkeiten elektronischer Distribution wird die Frage nach den Aufgaben der Bildstellen und Medienzentren neu gestellt. So empfahl der Landkreistag NRW im Jahr 2001 seinen Mitgliedern eine sorgfältige Prüfung „... in welcher Weise und durch welche Einrichtungen sie die traditionellen sowie die neu an ihre Medienzentren und Bildstellen herangetragenen Aufgaben effizient und zugleich sparsam erledigen können. [...]“<sup>3</sup>

### Anstoß e-initiative.nrw

Durch die gemeinsame fünfjährige Initiative des Landes, der Landschaftsverbände und der Kommunalen Spitzenverbände wurde mit den 54 e-teams NRW eine lokale Unterstützungsstruktur für Schulen und Schulverwaltungen aufgebaut. Institutionell sind sie an die vorhandene Struktur angebunden, die Geschäftsstellen befinden sich in der Regel in den Medienzentren. Es war die Zielsetzung der Werkstatt „Medienzentren 2005“, Perspektiven für dieses Unterstützungssystem zu entwickeln.

Die veränderten Anforderungen und Anstöße machten deutlich, dass die Kommunen in NRW aufgefordert sind, die örtlichen Systeme im Medienservice weiter zu entwickeln, ihre Dienstleistungen zu profilieren und entsprechend zu kommunizieren. 18 kommunale Partner vereinbarten Mitte 2002, sich in der Werkstatt „Medienzen-

<sup>3</sup> Landkreistag NRW: Kreismedienzentren und Kreisbildstellen in einer sich verändernden Medienwelt (2001)

tren 2005“ den zukünftigen Herausforderungen an einen zeitgemäßen kommunalen Medienservice für nordrhein-westfälische Schulen zu stellen. Ihr Ziel war es, bis Ende 2005 gemeinsam zentrale Dienstleistungen zu beschreiben und in ihren Kommunen tragfähige Kooperations- und Finanzierungsmodelle zu finden.

Die angestrebten Ergebnisse der Werkstatt waren:

1. Erarbeitung von unterschiedlichen Modulen mit konkreten Arbeitshilfen für die Medienzentren in NRW
2. Dokumentation beispielhafter Konzepte

In der vorliegenden Veröffentlichung werden die Ergebnisse der Werkstatt dokumentiert. Sie beschreibt und veranschaulicht – erstmalig in NRW – umfassend die Dienstleistungen, die kommunale Medienzentren erbringen können und für die vor Ort zum Teil umfangreiche Erfahrungen und entsprechendes Know-how vorhanden sind.

Jedes der sechs Module wurde in einer Arbeitsgruppe mit Vertreterinnen und Vertretern aus unterschiedlichen Medienzentren erarbeitet – pädagogische und Verwaltungsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter, kommunale Angestellte und Beamtinnen und Beamte sowie Lehrerinnen und Lehrer (Medienberaterinnen und -berater als Landesbedienstete). So flossen vielfältige Erfahrungen und unterschiedliche Perspektiven ein. Einigen beteiligten Partnern ist es gelungen, institutionelle Veränderungen umzusetzen.

Es war weder Aufgabe noch Ziel der beteiligten Partner, Standards für den kommunalen Medienservice zu formulieren. Es ist vielmehr ein Anliegen dieser Veröffentlichung, anschaulich Aufgabenbereiche oder Module zu beschreiben und Möglichkeiten aufzuzeigen, warum und wie sich diese unterschiedlichen „Bausteine“ sinnvoll und synergetisch ergänzen können.

Mit den Ergebnissen der Werkstatt möchten die beteiligten Partner Interesse wecken und Anstoß geben, den kommunalen Medienservice vor Ort zu profilieren und ihn wirkungsvoll und zugleich kostengünstig in der kommunalen Bildungs- und Kulturlandschaft zu nutzen.

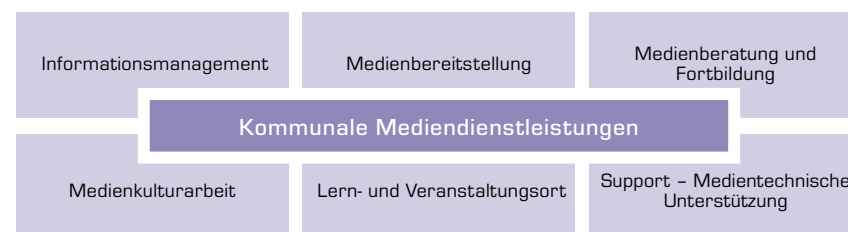
Diese Ergebnisse werden in zwei unterschiedlichen Formen veröffentlicht. Die Printversion enthält ausschließlich die konzeptionelle Begründung und Beschreibung der Dienstleistungen, ergänzt durch Beispiele. Die digitale Version mit entsprechenden Verlinkungen bietet zusätzlich die Möglichkeit, Themen geleitet durch die Texte zu „navigieren“ und zahlreiche ergänzende praktische Arbeitshilfen – zum Beispiel für die Planung von Wartung und Support von Schulnetzen oder von medienpädagogischen Fortbildungen – zu nutzen.

## Die 6 Medienmodule NRW

Mit dem Ansatz, die Dienstleistungen als Module zu beschreiben, soll deutlich gemacht werden, dass die Bandbreite der Angebote sehr unterschiedlich sein kann und muss. Die Kommune oder der Kreis entscheiden, wie und in welcher Form Schwerpunktsetzungen vorgenommen werden. Die Modulentwicklung versteht sich als ein Beitrag zur Qualitätsentwicklung im Bereich kommunaler Medienarbeit in NRW. Den Entscheidungsträgern in den Kommunen und Kreisen in NRW möchten diese konzeptionellen Bausteine Orientierung und Hilfestellung bei der Planung ihres Medienservices geben, den Fachkolleginnen und -kollegen in den Schulverwaltungen und den Medienzentren Argumentationshilfen und praktische Unterstützung. Die sechs beziehungsweise sieben Module<sup>4</sup> beschreiben aus Sicht der Werkstattpartner und der Medienberatung NRW das gesamte Dienstleistungsspektrum des kommunalen Medienservices für Schulen und die außerschulische Bildungs- und Kulturarbeit.

Die einzelnen Module sind eng miteinander verzahnt, so dass sich an vielen Stellen Überschneidungen ergeben. Für die Arbeit der Arbeitsgruppen in der Werkstatt Medienzentren 2005 war dies zum Teil mit „akademischen“ Abgrenzungen verbunden, um Doppelungen zu vermeiden. In der Praxis liegt in dieser Verzahnung ohne Zweifel die Chance, diese Dienstleistungen sehr kostengünstig und effektiv umsetzen zu können.

Die recht offene Zuordnung der Praxisbeispiele möchte diesen Überschneidungen Rechnung tragen. So kann etwa der vom Medienzentrum mit dem e-team organisierte Medientag für Schulen gleichermaßen als ein Beispiel gelungener Medienberatung und Fortbildung, aber auch als Konkretisierung des Lern- und Veranstaltungsortes stehen.



<sup>4</sup> Die Module „Medienkulturarbeit“ sowie „Medienproduktion und aktive Medienarbeit“ sind in der Darstellung aufgrund der vielfältigen Überschneidungen zusammengeführt. Dabei wird die professionelle Medienproduktion zugunsten der aktiven Medienarbeit in Schule und außerschulischer Jugend-, Bildungs- und Kulturarbeit vernachlässigt.

# 1 Medienbereitstellung

Wolfgang Dax-Romswinkel, Medienzentrum Rhein-Sieg-Kreis; Hans-Jürgen Garn, Medienzentrum Kreis Soest; Klaus Koril, Medienzentrum Kreis Unna; Bernd Lehmann, AKMZ Alfred Krupp Medienzentrum Essen; Angela Schöppner-Höper, Westfälisches Landesmedienzentrum  
[Arbeitsgruppe: Medienbereitstellung]

Nach dem Schulgesetz<sup>5</sup> trägt in NRW der Schulträger die Sachkosten einer Schule. Dazu gehört auch die Ausstattung mit Lehr- und Lernmitteln. Diese kommunale Pflichtaufgabe wird im Bereich der audio-visuellen Medien (Film, Video, DVD) vor allem durch die Medienzentren der Städte und Kreise, sowie durch das Medienzentrum Rheinland und das Westfälische Landesmedienzentrum wahrgenommen. Über die audio-visuellen Medien hinaus stellen die Medienzentren auch Software, Diareihen und häufig auch ergänzende Overhead-Folien zur Verfügung.

Lange Zeit war die Bereitstellung von Bildungsmedien die Hauptaufgabe der kommunalen Medienzentren<sup>6</sup>.

Nachdem der 16mm-Film in den 90er Jahren des letzten Jahrhunderts immer weiter zugunsten der VHS-Videokassette zurückgedrängt wurde, wurde die Notwendigkeit von Medienzentren für die Medienversorgung von Schulen zunehmend in Frage gestellt. Die fortschreitenden technischen Möglichkeiten, Medien über das Internet zur Verfügung zu stellen, verstärkten diese Tendenzen.

Unberücksichtigt bleiben bei solchen Überlegungen die Dienstleistungen, die über die reine Medienbereitstellung hinaus zur Qualifizierung der kommunalen Bildungs- und Kulturlandschaft durch Medien beitragen.

Seit den 1950er Jahren bieten die damaligen Bildstellen und heutigen Medienzentren eine Vielzahl von jeweils aktuellen Medien an. Vielerorts hat sich ein fundiertes Know-how entwickelt. Die Medienzentren haben durch die Auswahl ihrer Medien eigene Profile entwickelt, die sie zum Teil unverwechselbar gegenüber anderen Städten und Kreisen machen. Einige Träger haben die Chance genutzt, diese Angebote als einen wichtigen Baustein der lokalen oder regionalen Bildungs- und Kul-

<sup>5</sup> Das neue Schulgesetz wurde am 27.01.2005 vom Landtag verabschiedet. §§ 92 regelt die Zuständigkeit des Schulträgers für die Sachaufwendungen. Der Gesetzestext kann im Bildungsportal des Ministeriums für Schule und Weiterbildung des Landes NRW (MSW) nachgelesen werden ([www.bildungsportal-nrw.de](http://www.bildungsportal-nrw.de)).

<sup>6</sup> In der Vergangenheit wurden die Medienzentren durchgehend Bildstellen genannt, da ihr Auftrag auf die Bereitstellung von Diareihen und Unterrichtsfilmen als bewegte Bilder beschränkt war. Auch wenn diese Bezeichnung in einigen Kommunen noch existiert, wird im Text ausschließlich von Medienzentren gesprochen.

turlandschaft zu verankern. Unter einem Dach wird die Bereitstellung von Medien sinnvoll ergänzt durch qualifizierte Beratung und Fortbildung zu ihrer Nutzung.

Die kommunalen Medienzentren sind aber nicht nur Teil eines effektiven Distributionssystems. Durch die Nähe zur Schule und die gute Kommunikation mit Medienproduzenten nahmen und nehmen die Medienzentren eine Schlüsselfunktion wahr für den kontinuierlichen Austausch zwischen Nachfrage und Angebot bedarfsge-rechter Bildungsmedien.

Die Medienzentren haben somit einen erheblichen Beitrag zur Entwicklung eines erfolgreichen Bildungssystems geleistet. Spätestens seit der Veröffentlichung der PISA-Ergebnisse ist aber offensichtlich, dass dieses Bildungssystem im internationalen Vergleich nur noch im unteren Mittelfeld rangiert. Als eine zentrale Ursache wird die mangelnde Förderung selbstständigen Lernens gesehen. Gerade hier – so die Erkenntnisse vieler Bildungsforscher – sind nicht nur veränderte pädagogische Konzepte, sondern auch entsprechende qualifizierte und verfügbare Medien gefragt.

Ausgang aller Überlegungen zur Medienbereitstellung ist die notwendige Qualitätsentwicklung von Unterricht und Lernen. Im Sinne der Zukunft eines leistungsfähigen Bildungssystems liegt es im Interesse aller Beteiligten, die gemeinsame Verantwortung durch die Bündelung aller vorhandenen Ressourcen zu tragen.

Im Folgenden werden die veränderten Anforderungen an die Bereitstellung von Bildungsmedien im Kontext aktueller technologischer und pädagogischer Entwicklungen beschrieben und entsprechende Konzepte vorgestellt.

## Die digitale Revolution im Medienbereich

Der Übergang vom 20. in das 21. Jahrhundert wird als das Zeitalter der digitalen Revolution bezeichnet. Diese schrittweise Entwicklung, die wichtige Konsequenzen für Bereitstellung und Nutzung von Medien im Unterricht hat, lässt sich wie folgt beschreiben:

1. Zunächst wird die professionelle Medienproduktion auf Digitaltechnik umgestellt. Die Medienprodukte bleiben noch analog, da die Anschaffung digitaler Abspiegelgeräte für die Mehrheit der Konsument/innen noch zu teuer ist.
2. Mit der Verbreitung digitaler Träger beschaffen und nutzen die Verbraucher/innen zunehmend digitale Endgeräte.
3. Endverbraucher/innen produzieren und speichern Medien selbst digital.
4. Auch Transport und Vertrieb der Medien erfolgen digital.

Die einzelnen Schritte bedingen sich gegenseitig.



Für die Medientypen Text und Audio ist der beschriebene Umbruch heute schon weitgehend abgeschlossen. Für Foto ist der Prozess sehr weit fortgeschritten und auch der Bewegtbildbereich wird in den nächsten Jahren<sup>7</sup> vollständig auf digitale Techniken umgestellt.

Dieser Wandel hat zur Folge, dass bestimmte analoge Abspielgeräte (z.B. 16mm-Projektoren) in absehbarer Zeit nicht mehr erhältlich sein werden und nur noch mit hohen Kosten in Stand gehalten werden können. Ältere Medienbestände können nicht mehr ohne weiteres in Schule und Unterricht eingesetzt werden. Die Medienzentren müssen diese Entwicklungen beobachten und mit adäquaten Medien- und Dienstleistungsangeboten reagieren.

### Was ändert sich durch digitale Medien?

Drei wesentliche Veränderungen, die auch für die Nutzung von Medien in Schule und Unterricht bedeutsam sind, lassen sich durch die Verbreitung digitaler Technik feststellen:

1. Die Interaktivität der Medien steigt; moderne digitale Medien sind in der Regel Hypermedien.
2. Dieselben Inhalte können auf unterschiedlichen Datenträgern gespeichert und von allen Geräten abgespielt werden, die diese Dateisysteme lesen können.
3. Die Medien(-inhalte) können durch schnelles, verlustfreies Kopieren auch über große Entfernungen verteilt werden.

Diese technischen Möglichkeiten bieten unter pädagogischen Gesichtspunkten Chancen für die Entwicklung zeitgemäßer Lehr- und Lernformen:

1. Die steigende Interaktivität der Medien und ihre Eigenschaft als Hypermedien erlauben schnelle Navigation sowie individuelle "Erkundungspfade" durch die Inhalte und unterstützen selbstständiges Lernen.
2. Die Unabhängigkeit von bestimmten Speichertechniken und das verlustfreie Kopieren über Netzwerke machen es möglich, der Schülerin und dem Schüler die benötigten Medien unmittelbar am Arbeitsplatz zur Verfügung zu stellen – in der Schule oder zu Hause. Auch dies ist ein Gewinn für die Förderung individueller Lernprozesse.
3. Da der Computer zum zentralen Werkzeug sowohl der Mediennutzung als auch der Medienproduktion und -verbreitung wird, kann der Schüler und die Schülerin die zur Verfügung gestellten Medien sofort weiter verarbeiten, (daraus) ei-

<sup>7</sup> Fachkreise prognostizieren den Abschluss der Umstellung auf Digitaltechnik im Filmbereich bis zum Jahr 2010.

gene Medienprodukte erstellen und anderen zugänglich machen. Die Trennung zwischen Autor/in und Konsument/in wird im globalen Hypermedium Internet und im lokal begrenzten Schulintranet aufgehoben, soweit die entsprechenden Rechte zur Verfügung stehen.

### Vom Verleih des "Stückguts" zum Verteilen von Daten

#### Analoge Medien

Der Inhalt eines analogen Mediums ist immer an den Träger gebunden. Analoges Kopieren ist zwar möglich, aber relativ aufwändig, und – egal ob analog oder digital – nach dem Urheberrecht nur mit dem Erwerb der entsprechenden Rechte gestattet.

Die Medienzentren halten für die Bildungseinrichtungen bislang überwiegend analoge Medien zum Kurzzeitverleih (in der Regel ein bis zwei Wochen) vor. Dieses bislang alternativlose Verfahren hatte sowohl aus Perspektive des Kostenträgers als auch mit Blick auf den pädagogischen Einsatz einige Nachteile:

1. Der Zugang zu den Medien ist mit zum Teil erheblichem organisatorischem und finanziellem Aufwand verbunden (Recherche, Bestellung, Abholung/Lieferung, Rückgabe).
2. Die zeitliche Verfügbarkeit für einzelne Nutzerinnen oder Nutzer ist durch die Verleihdauer begrenzt.
3. Die tatsächliche Verfügbarkeit ist durch die Anzahl der gleichzeitigen Nutzungsinteressentinnen und -interessenten und häufig auch durch säumige Rückgaben begrenzt. Dies macht sich insbesondere bei saisonal besonders nachgefragten Medien bemerkbar: (Medien zu Jahreszeiten, Feiertagen, besonderen Ereignissen etc.).
4. Die Transportkosten stehen in einem nicht mehr angemessenen Verhältnis zum tatsächlichen Materialwert der Träger.
5. Analoge Medien werden überwiegend im Frontalunterricht eingesetzt, da an den Schülerarbeitsplätzen keine entsprechenden Abspielgeräte vorhanden sind.

#### Digitale Medien

Digitale Medien bieten erhebliche Vorteile und Chancen für das Lernen:

1. Alle Medientypen (Text, Bild, Film, Audio) können auf demselben Träger gespeichert werden und lassen sich auf einem Endgerät wiedergeben.
2. Die Schülerinnen und Schüler beziehungsweise die Lehrerinnen und Lehrer nutzen nicht mehr das einzelne Stückgut – den 16mm-Film, die Diareihe, die

Hör- oder Videokassette – sondern die Medieninhalte, das heißt: die jeweiligen Datenformate.

3. Für Bildung und Lernen bedeutet das eine erheblich höhere zeitliche und tatsächliche Verfügbarkeit unterschiedlichster Medien. Immer preiswertere Speichermedien ermöglichen zudem eine kostengünstige Verteilung.
4. Die digitalen Medienprodukte – insbesondere didaktische DVDs – sind umfangreicher: Sie enthalten quantitativ mehr Daten und eine größere Vielfalt an Informationen. Sie zu bearbeiten erfordert mehr Zeit, was ebenfalls gegen die zeitliche Befristung der Verfügbarkeit spricht.

Mediennutzung für das Lehren und Lernen und Medienbereitstellung als kommunale Aufgabe stehen vor einem deutlichen Paradigmenwechsel: Zum Lernen werden nicht mehr spezielle analoge Informationsträger sondern Daten aller Art genutzt. Deshalb brauchen Medien zukünftig nicht mehr unbedingt als Datenträger physikalisch bereitgestellt zu werden, sondern die benötigten Daten werden auf unterschiedlichen Wegen an die Nutzerinnen und Nutzer verteilt.

## Rechtliche Aspekte

Sollen die pädagogischen Potenziale digitaler Medien und ihre bessere Verfügbarkeit für selbstständiges Lernen genutzt werden, müssen ständig aktuelle, geeignete Produkte zur Verfügung stehen.

Neue Bildungsmedien können nur produziert werden, wenn ihre Herstellungskosten sich durch den Verkauf von Nutzungslizenzen rechnen. Wird dieser Finanzkreislauf unterbrochen, verlieren die vorhandenen Medienbestände langfristig ihre Aktualität und damit ihre Qualität und Brauchbarkeit für die Bildungsarbeit.

Der Verkauf und der Erwerb von Lizenzen regelt das Verhältnis von Nutzungsmöglichkeiten einerseits und dem Angebot aktueller, qualitativ hochwertiger Bildungsmedien andererseits.

Deshalb gilt es auch im Interesse der Sicherung von Unterrichtsqualität zu beachten, dass Bildungsmedien im neuen Urheberrecht<sup>8</sup> unter einem besonderen Schutz stehen.

<sup>8</sup> Genaue Informationen bietet das Rechtsportal von Lehrer-online ([www.lehrer-online.de](http://www.lehrer-online.de) Rubrik: Recht).

<sup>9</sup> Beim gegenwärtigen Stand der Technik dauert der Download von 100 MB Daten, das entspricht etwa der Datenmenge eines durchschnittlichen 20minütigen Unterrichtsfilmes in guter MPEG-4-Qualität (z.B. im Microsoft ASF-Format), via DSL (bei einer Über-

## Lizenserwerb durch die Medienzentren

Lizenzen sind deutlich teurer als einzelne Kopien/Datenträger eines Mediums, selbst wenn diese mit Rechten zum Verleih und zur öffentlichen Vorführung erworben werden. Verantwortungsbewusster Umgang mit öffentlichen Geldern macht aus diesem Grund beim Lizenserwerb eine besonders sorgfältige Auswahl der Titel erforderlich.

Der konkrete Bedarf kann regional stark variieren. Deshalb ist für die Auswahl der zu erwerbenden Produkte die enge Abstimmung mit den Nutzerinnen und Nutzern vor Ort erforderlich. Diese Aufgabe nehmen die kommunalen Medienzentren wahr. Sie stehen in engem Kontakt mit den Lehrerinnen und Lehrern ihres Versorgungsgebiets und orientieren ihr Medienangebot an deren konkretem Bedarf.

## Verfahren der Medienbereitstellung

Lizenzen regeln nur die rechtlichen Voraussetzungen der Medienverteilung. Der digitale Film oder die Lernsoftware müssen aber tatsächlich beim Kunden oder der Kundin ankommen. Für die Wahl des passenden Verfahrens sind die technischen Möglichkeiten bei den Nutzerinnen und Nutzern ausschlaggebend.

In den Schulen des Landes findet sich eine äußerst vielfältige EDV- und Medieninfrastruktur. Ein Grund dafür ist der Verzicht auf eine landesweite Standardisierung. Nicht alle geförderten Ausstattungskonzepte ermöglichen zudem systembedingt die Nutzung digitaler audio-visueller Medien.

Aus diesem Grund muss es in NRW unterschiedliche Verteilungs-Verfahren geben. Es muss eine differenzierte, auf die lokalen Besonderheiten abgestimmte Mediendistribution aufgebaut werden, um möglichst vielen Nutzerinnen und Nutzern einen Zugang zu Bildungsmedien zu ermöglichen und die Chancen für selbstständiges Lernen zu nutzen.

### Download aus dem Internet

Die Versorgung von Schulen mit audio-visuellen Medien via Internet ist nicht nur pädagogisch sinnvoll, sondern auch technisch möglich. Das bestätigt in NRW das Projekt EDMOND (Elektronische Distribution von Bildungsmedien on Demand) der Medienzentren NRW, das nach erfolgreichem Abschluss der Pilotphase im Jahr 2004 in den Regelbetrieb übergegangen ist. Die technische Voraussetzung auf der Nutzerseite ist ein Breitbandzugang zum Internet. Beim Anbieter müssen entsprechende Server- und Leitungskapazitäten vorgehalten werden<sup>9</sup>.

tragungsrate von 1 Mbit/s) etwa 15 Minuten. Das Überspielen derselben Datenmenge auf eine externe (USB 2.0) Festplatte ist hingegen nach etwa fünf bis sechs Sekunden abgeschlossen. Der Download von 500 MB Daten via DSL (bei einer Übertragungsrate von 1 Mbit/s) dauert zur Zeit etwa 75 Minuten, während das Überspielen derselben Datenmenge auf eine USB 2.0 Festplatte nach etwa 30 Sekunden abgeschlossen ist.

### Überspielung auf Datenträger

Sehr große Datenmengen bedingen immer noch entsprechend lange Downloadzeiten. Diese können deutlich verringert werden, wenn die Medien auf externe Speichermedien - wie externe Festplatten - überspielt werden. Hierdurch können ganze Medienarchive in einem Arbeitsgang übertragen werden.

Mit Hilfe externer Festplatten – die gegenüber anderen Speichermedien vergleichsweise günstig sind – lassen sich ganze Medienserver auf Schulserver klonen. Das erhöht die Verfügbarkeit der Medien, erleichtert die Archivierung und den gezielten Zugriff und spart gleichzeitig Online-Kosten. Die Erstellung entsprechender Medienarchive auf externen Festplatten kann – wie z.B. im Rhein-Sieg-Kreis – durch das Medienzentrum erfolgen.

### Weitergabe von Original-Datenträgern

Nicht immer können die Medienanbieter Kopierrechte anbieten, z.B. wenn die Produkte zugekauft Fremdmaterial enthalten. In solchen Fällen ist die Weitergabe von Original-Datenträgern der Hersteller eine gute Alternative, sofern diese – nach Lizenzerwerb – zum Selbstkostenpreis angeboten werden. Desweiteren lassen sich Original-Datenträger in den Regalen der Mediotheken der Schulen einfacher verwalten als auf Servern.

### Notwendigkeit der Beibehaltung des bisherigen Verleihs

Für eine qualitativ hochwertige Medienversorgung ist ein breites Angebot von Titeln erforderlich. Ein gut ausgestattetes Medienzentrum hält derzeit im Mittel zwischen 6.000 und 9.000 Titel zur Ausleihe vor. Dabei handelt es sich zum Teil um identische Inhalte auf unterschiedlichen Trägern (16mm-Film, Videokassette, DVD) und teilweise auch um verschiedene Produktionen zum gleichen Thema.

Für eine angemessene Medienversorgung sind nach den Erfahrungen der Medienzentren rund 3.000 bis 4.000 unterschiedliche Produktionen erforderlich. So lange diese nicht als Lizenzen mit dem Recht der digitalen Distribution vorhanden sind, würde jede Einschränkung des bisherigen Verleihs einen deutlichen Rückschritt für die Qualität der Medienversorgung – und damit für die Unterrichtsqualität – bedeuten.

Für viele wertvolle vorhandene Produktionen können die Anbieter zudem keine entsprechenden Lizenzen anbieten, weil dies ihre eigenen Rechte oft nicht zulassen. Zum Teil handelt es sich dabei um unverzichtbares, dokumentarisches Material, das entweder als Original vorliegt, oder das als Ausschnitt in andere Produktionen eingearbeitet ist. Bis zu einer zukünftigen Gesetzesänderung kann dieses Material ausschließlich auf dem bisherigen Weg verliehen werden.

## Kooperationen

Kein Medienzentrum kann für sich allein die Anforderungen beim Übergang von der analogen zur digitalen Epoche bewältigen. Dies ist nur in einem Kompetenzverbund möglich.

Die Einrichtungen der Landschaftsverbände treten als zentrale Dienstleister für die lokalen Medienzentren auf. Diese Aufgabe haben das Medienzentrum Rheinland und das Westfälische Landesmedienzentrum mit dem Übergang des Modellversuchs EDMOND<sup>10</sup> in den landesweiten Regelbetrieb übernommen. Allen Medienzentren in NRW steht damit eine technische Plattform für die elektronische Distribution zur Verfügung. Die Landesmedienzentren sind Technikprovider, Berater und Unterstützer; handeln Lizenzbedingungen aus, beschaffen zentral benötigte Hard- und Software, bereiten Medien für die elektronische Distribution auf und ermöglichen einen gemeinsamen Einkauf der Lizenzen.

Die Entwicklung örtlicher Konzepte zur Mediendistribution ist Bestandteil des lokalen Medienentwicklungsplanes auf der Basis der Medienkonzepte der Schulen. Hier bieten die Medienberatung NRW und die e-teams NRW Beratung und Unterstützung an. Im Verbund von kommunaler und Landesverantwortung sowie von pädagogischem, technischem und Verwaltungs-Know-how soll sichergestellt werden, dass die gewählten technischen Lösungen den Anforderungen an die Nutzung aller digitalen Medien in Schule gerecht werden. Die staatliche Lehrerfortbildung ist ein wichtiger Kooperationspartner, weil die elektronische Distribution neue Unterrichtsformen ermöglicht, die eine deutliche Verbesserung von Lernprozessen erwarten lassen.

Medienberatung und -fortbildung sind derzeit in den lokalen e-teams organisiert und eng mit den kommunalen Medienzentren verzahnt. Diese bewährte Struktur der e-initiative.nrw soll langfristig erhalten und vor Ort weiterentwickelt werden. Für die erfolgreiche Arbeit mit Medien in Schule und Unterricht müssen technische Ausstattung und Medienbereitstellung als Aufgaben des Schulträgers sowie Beratung und Fortbildung als staatliche Aufgaben Hand in Hand arbeiten. Das kommunale Medienzentrum kann – auch in Zukunft – die richtigen Voraussetzungen für eine kostengünstige, Synergien nutzende Bewältigung dieser Aufgaben bieten.

## Versorgung des außerschulischen Bereichs

Die Medienzentren werden aus dem außerschulischen Bereich vor allem von Einrichtungen der Medien- und Kulturarbeit – z.B. der Volkshochschule und anderen Bildungseinrichtungen, Vereinen, Senioren- oder Jugendeinrichtungen – sowie von Kindergärten und -tagesstätten angefragt.

---

<sup>10</sup> EDMOND (Elektronische Distribution von Bildungsmedien on Demand)

Für diese Gruppen von Kundinnen und Kunden sind insbesondere Spielfilme interessant. In den letzten Jahren sind entsprechende Produktionen leichter auch außerhalb des Medienzentrums zu entleihen. Für die Medienzentren könnte dies eine Aufgabenverlagerung bedeuten. Möglicherweise wird es in diesem Bereich zukünftig weniger um die Bereitstellung (also den Verleih) der Filme gehen, sondern um Hilfen bei der (Einzelfall-) Lizenzierung für Veranstaltungen, wie sie beispielsweise die VIDEMA<sup>11</sup> anbietet.

Es ist noch nicht abzusehen, wie sich die Medienausstattung in den Kindergärten und -tagesstätten genau entwickeln wird. Durch die aktuelle Erweiterung ihres Bildungsauftrages ist zukünftig jedoch sicher mit einem erhöhten Bedarf an Medien und einer entsprechenden Unterstützung zu rechnen.

Mit Blick auf eine adäquate Medienbereitstellung müssen die unterschiedlichen bildungspolitischen Entwicklungen aufmerksam verfolgt und die Angebote entsprechend ausgerichtet werden.

## Medienbereitstellung konkret: EDMOND

Seit Sommer 2004 können allgemein- und berufsbildende Schulen in derzeit 48 von 54 Gebietskörperschaften in NRW<sup>12</sup> online über das Internet oder alternativ über Trägermedien wie DVD und Festplatten auf einen Bestand von digitalen Unterrichtsmedien zugreifen. Bis 2008 sollen alle 7.000 Schulen in NRW einen Zugang zu diesem Mediendienst haben. Damit ist EDMOND das umfangreichste Vorhaben dieser Art in der Bundesrepublik. Der vollständige Name des Dienstes lautet: „Elektronische Distribution von Bildungsmedien on Demand der Medienzentren NRW“. Es handelt sich um ein kommunales Vorhaben, das durch Maßnahmen des Landes NRW flankiert wird. Mit der Kommunalität garantiert EDMOND Schulnähe und eine qualitativ neue und verbesserte Versorgung der Schulen mit unterrichtsrelevanten Medien. Sie können kurzfristig und zeitnah für den Unterricht abgerufen werden und sind damit bedarfsgerechter und flexibler nutzbar.

<sup>11</sup> Genauere Informationen sind im Internet unter [www.videma.de](http://www.videma.de) zu finden

<sup>12</sup> Stand März 2005

## Medienbereitstellung vor Ort

Wolfgang Dax-Romswinkel, Medienzentrum, Rhein-Sieg-Kreis

Das Versorgungsgebiet des Medienzentrums des Rhein-Sieg-Kreises umfasst:

- circa 595.000 Einwohner (Stand 30. Juni 2004) in
- 19 Städten und Gemeinden mit
- insgesamt 1.153,71 qkm Fläche

Dort befinden sich:

- 213 Schulen und schulische Einrichtungen mit
- ca. 75.000 Schülerinnen und Schülern

Das Konzept:

Traditioneller Verleih

Das Medienzentrum des Rhein-Sieg-Kreises versorgt bislang vorwiegend auf dem Verleihweg 213 Schulen und schulische Einrichtungen sowie ca. 350 Tageseinrichtungen für Kinder und Jugendliche mit Bildungsmedien. Die Ausleiherzeit beträgt zwei Wochen mit Verlängerungsmöglichkeit. Das Titelangebot umfasst zurzeit:

- ca. 4.800 VHS-Videofilme
- ca. 2.550 16mm-Filme
- ca. 1.250 Diareihen
- ca. 320 DVD-Videos
- ca. 300 Softwaretitel
- weitere Medien (8mm-Film, OHP-Foliensätze, Audio-Kassetten)

Etwa 70% der rund 21.000 Ausleihvorgänge (Mittel der letzten Jahre – Verlängerungen nicht eingerechnet) entfallen auf VHS-Videofilme. Der Anteil der 16mm-Filme macht immer noch rund 15% aus. Die Verleihzahlen von Software stagnieren, während sich der DVD-Verleih in den beiden letzten Jahren jeweils verdoppelt hat. Jedes Jahr werden etwa 3.000 verschiedene Titel von den Nutzerinnen und Nutzern nachgefragt.

Der Transport der Medien wird nicht vom Kreis organisiert. Einige Gemeinden haben Botendienste eingerichtet. Wo dies nicht der Fall ist, organisieren die Schulen den Transport selbst. Da sich nicht alle Schulträger gleichermaßen engagieren, gibt es erhebliche Unterschiede im Zugriff auf das Medienangebot für die einzelnen Schulen im Kreisgebiet.

### Neue Formen der Medienbereitstellung: differenzierte Mediendistribution

Mit differenzierter Mediendistribution ist die flexible Organisation der Medienbereitstellung nach den Kompetenzen und den technischen Möglichkeiten der Nutzerinnen und Nutzer gemeint. Dies bedeutet, dass das Medienzentrum parallel unterschiedliche Verfahren anbietet.

### **Beteiligung an EDMOND**

Das Medienzentrum des Rhein-Sieg-Kreises beteiligt sich am Gemeinschaftsprojekt EDMOND.

### **DVD-Abgabe an Schulen**

Bereits bevor die EDMOND-Plattform zur Verfügung stand, bot der Rhein-Sieg-Kreis den Schulen auf der Basis von Lizenzvereinbarungen zwischen dem Medienzentrum und den Medienproduzenten DVD-Vervielfältigungsstücke zum Materialpreis an. Bislang haben rund 90 Schulen davon profitiert. Einige dieser Titel sind auch über die EDMOND-Plattform verfügbar. Andere können aber aus lizenzrechtlichen Gründen nicht online bereitgestellt werden.



### **Kopieren im Medienzentrum**

Seit November 2004 verfügt das Medienzentrum über einen speziell konfigurierten PC, von dem Besucherinnen und Besucher Filmdateien auf eigene transportable Festplatten kopieren können. Dies spart Downloadzeiten und ermöglicht zum Beispiel den Fachgruppen einer Schule den Bezug des gesamten Fachangebots. Zunehmend wird dieses Angebot von Schulen genutzt, um den gesamten Online-Bestand auf Schulserver zu überspielen und sich so im Intranet ein eigenes digitales Medienarchiv anzulegen.

### **Gestufte Medienbereitstellung als Verfahren der Zukunft**

Es gibt Themen, deren Behandlung für jede Schule verpflichtend ist und die den Einsatz von Filmen nahezu zwingend erforderlich machen. Diese Medien sollten dauerhaft an den Schulen verfügbar sein. Dasselbe gilt für Medien, die

sich aufgrund ihrer Machart (z.B. strenge Modularisierung) besonders für individuelles Lernen eignen.

Darüber hinaus gibt es weitere Medien, die nicht so häufig an Schulen benötigt werden oder für die aus Urheberrechtsgründen keine geeigneten Lizenzen erworben werden können.

Eine gestufte Medienbereitstellung heißt für das Medienzentrum des Rhein-Sieg-Kreises:

- a) Für ständig benötigte Medien werden entsprechende Lizenzen erworben, damit diese jederzeit für den Unterricht zur Verfügung stehen.
- b) Weniger häufig benötigte Titel und Titel, die nicht lizenziert werden können, werden weiterhin vom Medienzentrum an die Schulen verliehen.

Mit diesem Ansatz ist das Medienzentrum darauf eingestellt zukünftig schulische Medienarchive, Mediotheken und Selbstlernzentren mit Medien auszustatten.

### **Partnerschaften und Kooperationen**

Die elektronische Medienbereitstellung wird im Rahmen von EDMOND in enger Kooperation mit dem Medienzentrum Rheinland und dem Westfälischen Landesmedienzentrum entwickelt.

In Zusammenarbeit mit dem lokalen e-team des Rhein-Sieg-Kreises und der lokalen Lehrerfortbildung am Schulamt erhalten die Schulen Fortbildungsangebote zu neuen Formen von individuellem, handlungsorientiertem und kooperativem Lernen mit modularisierten Medien. Die Medienberater des Kreises beraten die Schulträger beim Aufbau einer geeigneten IT-Infrastruktur in den Schulen.

## 2 Medienberatung und Fortbildung

Marlene Albrecht-Illner, Andreas Scholten Medienberatung NRW; Jürgen König, Medienzentrum Kreis Unna; Heinz Ulrich Leistner, Medienzentrum Kreis Wesel; Hans-Jürgen Garn, Medienzentrum Kreis Soest; Bernd Lehmann, AKMZ Alfred Krupp Schulmedienzentrum Essen (Arbeitsgruppe Medienberatung und Fortbildung)

Medienberatung und Fortbildungsangebote der kommunalen Medienzentren bezog sich bis zum Jahr 2000 vor allem auf die Auswahl guter Unterrichtsfilme, die Unterstützung beim Einsatz audio-visueller Medien und Antworten auf Fragen zu Urheberrecht und Jugendschutz. Punktuell wurden auch medienpraktische Projekte in den Bereichen Radio, Video und Foto realisiert.

Mit der Ausstattung der Schulen mit Computern, Netzen und Software sind neue inhaltliche und organisatorische Anforderungen hinzugekommen. Die Zielrichtung lautet: Medienkompetenz entwickeln für selbstständiges, entdeckendes und lebenslanges Lernen. Damit verbunden ist der kostengünstige, ortsnahe und zeitsparende Zugriff auf aktuelle Medien durch die Bereitstellung einer entsprechenden Infrastruktur. Vor dem Hintergrund medialer und pädagogischer Innovation gilt es, Konzepte zu entwickeln und zu unterstützen, die zeitgemäße Formen des Lernens und Lehrens fördern und die Qualität von Schule und Unterricht verbessern. Die erweiterten Möglichkeiten, die die digitalen Medien für das Lernen eröffnen, erfordern auch eine Neuorientierung des Unterstützungssystems.

Mit der e-initiative.nrw sind seit dem Jahr 2000 die staatlichen personellen Ressourcen der Medienberatung bei den Medienzentren und der Lehrerfortbildung Neue Medien bei den Bezirksregierungen in den lokalen e-teams NRW gebündelt. Die e-teams stehen unter der Leitung der unteren Schulaufsicht und arbeiten eng mit dem kommunalen Schulträger zusammen.

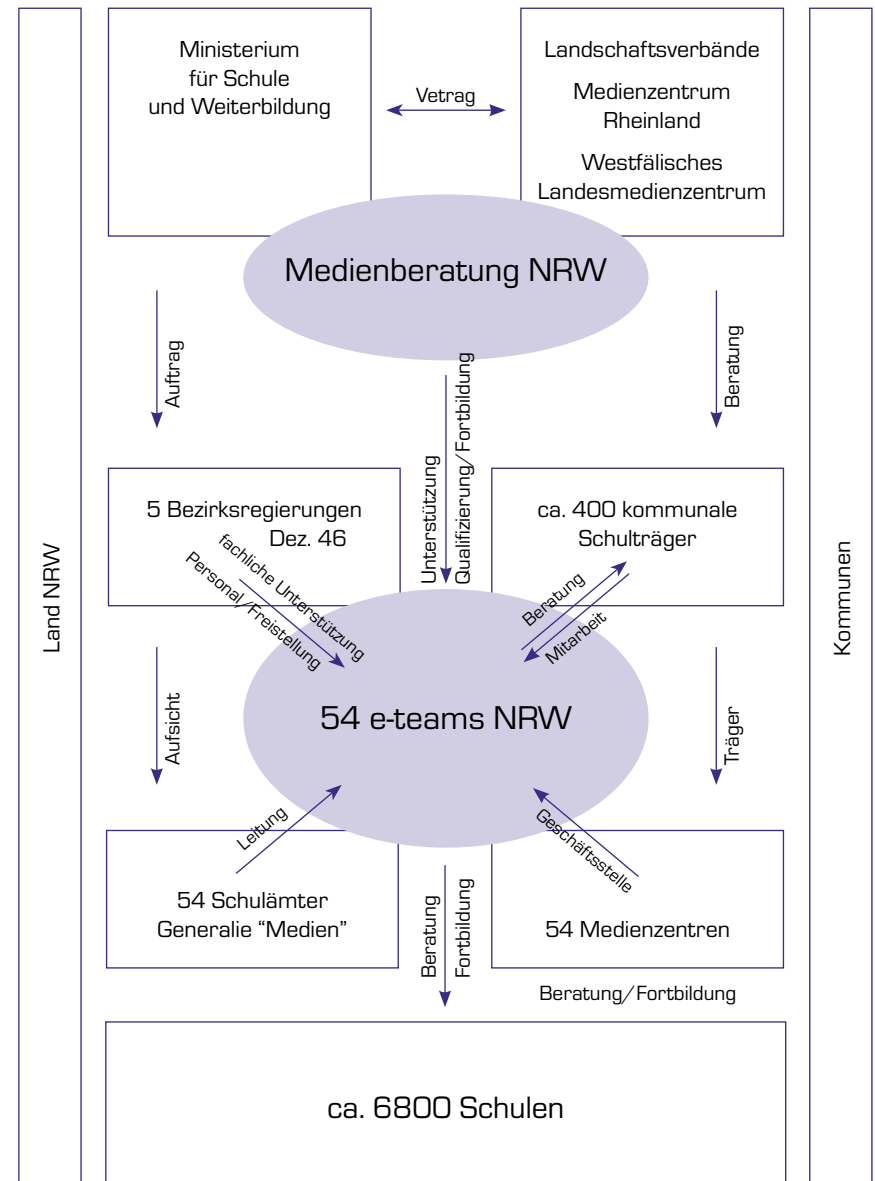
Dies war nur im Zusammenwirken von Kommune und Land möglich – eine Entwicklung, die auf Landesebene zu einem gemeinsamen Angebot von Land und Landschaftsverbänden führte. Im [kommunalen] Medienzentrum Rheinland in Düsseldorf und im [kommunalen] Westfälischen Landesmedienzentrum in Münster arbeiten [staatliche] Lehrerinnen und Lehrer in der Medienberatung NRW.

Die e-teams NRW unterstützen Schulen und Schulträger bei allen Fragen des Lernens mit Medien und leisten einen spezifischen Beitrag zur Entwicklung einer neuen Lernkultur.

Die Geschäftsstelle des e-teams befindet sich in der Regel im lokalen kommunalen Medienzentrum, wodurch eine Abstimmung mit den Beratungs- und Fortbildungsleistungen der kommunalen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Medienzentren möglich ist.

Im örtlichen e-team wird die umfassende Unterstützung von Schule für das

## Kooperation von Land und Kommunen



Lernen mit Medien mit den jeweiligen Verantwortungen von Land und Kommune gemeinsam organisiert, koordiniert und ausgewertet. Dazu gehören Ausstattung und Wartung, die Bereitstellung von Lernsoftware und Lernmedien sowie methodische Fragen zum Einsatz von Medien. Die gemeinsame Unterstützung ist umso wirksamer, je mehr die bisherige Kompetenztrennung zwischen Kommune, Kreis und Land in den Hintergrund treten.

Sowohl erweiterte bildungspolitische Anforderungen an die Unterstützungssysteme für Schule und Unterricht als auch der Auftrag, eine gute Versorgung mit Lernmedien sicher zu stellen, unterstreicht die Bedeutung der Kooperation. In Zeiten knapper Kassen, in denen sich alle Leistungsträger auf die kostengünstige Bewältigung ihrer Aufgaben besinnen, birgt dies auch Konfliktpotenzial. Jedoch eröffnet das erweiterte Aufgabenfeld neue Gestaltungsmöglichkeiten.

Die vorhandenen Ressourcen aus Land und Kommune können umso wirkungsvoller genutzt werden, je besser diese beiden Bereiche durch ihre gemeinsame Zielsetzung miteinander verzahnt sind.

## Aufgaben von Beratung und Fortbildung im Einzelnen

Die Aufgaben umfassen sowohl Einzelberatungen als auch Prozessberatung und -begleitung sowie die Durchführung von Fortbildungen. Die Einzelberatung der Zielgruppen aus Schule und außerschulischer Bildungs- und Kulturarbeit (s. Grafik) erfolgt in den Bereichen Auswahl und Einsatz von Medien sowie Ausstattung und Einsatz von Medientechnik.

Beratung und Prozessbegleitung von Schulen und Schulträgern bei der Erstellung kommunaler Medienentwicklungspläne beinhaltet sowohl Fragen von Ausstattung, Vernetzung und Support als auch von Aufbau und Nutzung kommunaler Mediennutzungs- und -distributionsstrukturen (z.B. elektronische Distribution von Medien). Diese Konzepte sollten auf der Grundlage der pädagogischen Zielstellungen und im Einklang mit den regionalen Distributionsstrukturen entwickelt werden. Da an dieser Stelle sowohl die Kommune als auch das Land (das lokale e-team) gefordert sind, ist das lokale e-team der ideale Ansprechpartner.

Bei der Beratung und Begleitung von Schulen und der Fortbildung von Kollegien im Rahmen der Medienkonzeptentwicklung geht es um die Nutzung unterschiedlicher Medien zur Unterstützung von Unterrichtsentwicklung, Förderung von Methodenkompetenz beim selbstständigen Lernen sowie um Fertigkeiten im Umgang mit neuen Medien.

Ein weiteres Aufgabenfeld ist die Kommunikation mit den Produzenten von Lernmedien mit dem Ziel der Qualitätssicherung in Medienangebot und -bereitstellung. Durch die Neuregelung der Lernmittelfreiheit mit der Möglichkeit der Schulen über die Verwendung des Elternbudgets zu entscheiden, begrüßen die Lernmittelverlage Information und fachlichen Austausch als Entscheidungshilfen.

Dienstleistung der „Medienberatung“		
Zielgruppen	Form/ Anlässe	Themen
Lehrer; pädagogische Fachkräfte, Schüler, Schüle- rinnen Multiplikatoren Schulträger Schulen Lehrerkollegien	> Einzel- beratung	> Auswahl von Medien
		> pädagogischer Einsatz von Medien
		> Produktion von Medien
		> Einsatz von Medientechnik
	> Prozess- begleitung	> Konzeptentwicklung/ Medienkonzept- entwicklung
		> Schulinterne Fortbildung
		> Fortbildungsplanung
		> Medienentwicklungsplanung

Schulen, Kollegien und einzelne Lehrerinnen und Lehrer erhalten Unterstützung und Beratung bei ihrer Fortbildungsplanung. Zur Umsetzung bieten sowohl das kommunale Medienzentrum als auch das e-team Fortbildungsveranstaltungen an.

Für die Durchführung von Tagungen und Projekten bietet die Medienberatung im kommunalen Medienzentrum auch außerschulischen Bildungseinrichtungen Unterstützung an.

Erfolgreiche e-team- Arbeit lebt von der engen Kooperation mit der Kommune als Schulträger und Träger anderer Angebote im Bereich Kultur und Bildung - so z.B. Volkshochschule und Bibliotheken - sowie mit anderen lokalen Bildungspartnern. An dieser Stelle können gleichzeitig eine Vielzahl von Synergien zwischen Schule und anderen Bildungs- und Kultureinrichtungen genutzt werden, eine Entwicklung, die landesweit beispielsweise auch in der Annäherung von Jugendhilfe und Schule deutlich wird.

Die Kommune, der es gelingt, die Arbeit der e-team- Pädagoginnen und -Pädagogen und dem örtlichen Medienzentrum effektiv zu unterstützen, kann das dort gebündelte Know-how für die planvolle Investition in Schule und Lernmittel nutzen.<sup>13</sup> Schulen, die den Rahmen für einen zeitgemäßen Unterricht bieten, sind - ebenso wie qualifizierte Schülerinnen und Schüler - ein Standortfaktor für Kommunen. Die Position der Medienzentren in der Kommune wird durch eine enge Verschränkung mit den Landesaufgaben gefestigt und gestärkt

<sup>13</sup> Der Bericht „e-teams.nrw – Netzwerke für Bildung vor Ort – Beispiele für Aktivitäten 2000-2003“ vermittelt einen Eindruck der vielfältigen, an den lokalen Bedarfen orientierten Lösungen. (Download unter [www.medienberatung.nrw.de](http://www.medienberatung.nrw.de))

## Konzeptentwicklung aus Sicht des Medienzentrums

Angebote von Medienberatung und Fortbildung im Medienzentrum müssen sachbezogen, zielgerichtet und am Kunden orientiert sein. Damit dies effektiv geschehen kann, sind innovative Konzepte erforderlich, die den gestiegenen Stellenwert von Medienpädagogik und Medienkompetenz deutlich machen.

Zunächst ist es sinnvoll, den Ist-Zustand unter folgenden Aspekten zu ermitteln:

- **Schwerpunkte der Beratung**  
Welche Themen und Inhalte von Medienberatung/Fortbildung gibt es?
- **Beteiligte**  
Welche Mitarbeiter, Lehrkräfte und/oder in der außerschulischen Bildung tätiges Personal sind eingebunden?  
Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit örtlichen Institutionen?
- **Bedingungen**  
Welche Qualifikationen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und welche Sachmittel stehen zur Verfügung?

Dem gegenüber ist ein Soll-Zustand, der die angestrebten Ziele beschreibt, aufzustellen:

- **Schwerpunkte der Beratung**  
Welche neuen Aufgaben müssen umgesetzt werden?  
Wie kann das Beratungs- und Fortbildungsangebot ergänzt werden?
- **Beteiligte**  
Welche personellen Ressourcen sind erforderlich? Welche Institutionen und Personen sollten beteiligt werden? Können bestehende Institutionen sofort eingebunden werden? Können Kontakte zu anderen Kommunen hergestellt werden?
- **Bedingungen**  
Welche Strukturen und „Netze“ müssen ausgebaut werden?  
Welche Kontakte sollten geknüpft werden?  
Welche personellen, räumlichen Ressourcen sind erforderlich?  
In welchen Bereichen ist die Fortbildung von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen notwendig?
- **Veränderungen**  
Welche Perspektiven und Herausforderungen stellen sich mittel- und langfristig?  
Welche Ziele sollen in den nächsten Jahren erreicht werden?  
Welche Mittel sind notwendig?  
Qualifizierung des eigenen Personals?  
Welche Ziele können sofort umgesetzt werden?  
Welche Ressourcen aus dem e-team NRW lassen sich einbinden?

## Aufgabenkatalog e-teams NRW

### Beispiele<sup>14</sup>

**Die Arbeit der e-teams NRW lässt sich in die Bereiche „Kundenkontakte“ (externe Leistungen) und Arbeit in der Geschäftsstelle (interne Leistungen) unterteilen:**

#### externe Leistungen (Beispiele):

- Durchführung von Fortbildung mit Kollegien, Fachgruppen, ... (SchiLF)
- Durchführung von schulexternen Fortbildungen (ScheLF)
- Führen von Planungs- und Beratungsgesprächen mit Steuergruppen in Schulen, Schulleiterdienstbesprechungen, o.ä. (Medienkonzeptentwicklung, ...)
- Durchführung und Begleitung päd. Konferenzen
- Führen von Beratungsgesprächen mit Schulträgern
- Durchführung und Begleitung von Arbeits- und Projektgruppen (z.B. Standardbildung, schulformspezifische AGs, ...)
- Sonstiges ...

#### interne Leistungen (Beispiele):

- inhaltliche Vor- und Nachbereitung von externen Leistungen (Fortbildungen, Arbeitsgruppen, ...)
- Agenturfunktion: Vermittlung von externen FB-Anbietern und Bearbeitung von Mail-/Hotlineanfragen
- Erstellung von Material zur Öffentlichkeitsarbeit, Pressearbeit, Erstellung und Pflege der e-team-Homepage
- Softwaresichtung
- Aufbau, Pflege von Schul-Mailverteilern (plus inhaltliche Erarbeitung, regelmäßige Versendung)
- e-team-Planungssitzungen, Veranstaltungsorganisation (Fachtagungen, e-day, ...), Statistik / interne Evaluation
- eigene Qualifizierung / Teilnahme an Fortbildungen und Veranstaltungen der Medienberatung NRW
- Sonstiges ...

<sup>14</sup> Dieser Aufgabenkatalog wurde durch die gemeinsame Dezernentenkonferenz von Lehrerfortbildung und Medienberatung am 04.11.2003 abgestimmt und empfohlen



## Medienberatung und Fortbildung konkret

Medienberatung und Fortbildung im Medienzentrum an der Schnittstelle von Land und Kommune ist auf vielfältige Weise umsetzbar, wie die nachfolgenden Beispiele der Verzahnung kommunaler und Landesaufgaben deutlich machen. Sie zeigen exemplarisch kreative Lösungen für sehr unterschiedliche Rahmenbedingungen.<sup>15</sup> Die Darstellungen sollen Anregung sein, auch in Zeiten knapper Kassen dem Auftrag der Unterstützung des Lernens mit Medien gerecht zu werden und gleichzeitig die lokale Medienarbeit auch über den Bedarf von Schule hinaus mit zu gestalten.

- Geschäftsstelle des e-teams im Medienzentrum
- Die Bereitstellung von Räumlichkeiten, Sachkosten, Porto, Büromaterial, Internet und Telefon steht in vielen Medienzentren selbstverständlich zur Verfügung – zum Beispiel im Medienzentrum des Kreises Unna: Hier werden folgende Ressourcen der Kommune zur Verfügung gestellt:
  - o Schulungsräume mit Netzwerk und Präsentationstechnik sowie mit Musterlösungen für die Einrichtung von Medienecken
  - o Honorare für Weiterbildungsmaßnahmen im Rahmen der Haushaltsmittel
  - o Sachmittel und Räumlichkeiten für das örtliche e-team
  - o Unterstützung der e-team-Aktivitäten durch einen Mitarbeiter mit technischem Arbeitsschwerpunkt
- Fortbildungsangebote: Viele Medienzentren planen Fortbildungen, die gemeinsam mit dem e-team in den Räumen des Medienzentrums durchgeführt werden. Solche Angebote werden auf gemeinsamen Webseiten präsentiert, wie zum Beispiel im Medienzentrum des Kreises Soest ([www.medienzentrum-lippstadt.de](http://www.medienzentrum-lippstadt.de)).
- Beratung der Schulverwaltungen in Fragen der Infrastrukturentwicklung für das Lernen mit Medien. So besteht im Kreis Siegen-Wittgenstein eine gute Zusammenarbeit des Medienzentrums mit der Schulverwaltung und dem kommunalen Rechenzentrum über die Einschätzung von Medienentwicklungsplänen für die Ausstattung der Schulen. Dazu gehört auch die Beratung bei der Einrichtung des second-level-supports in Kooperation mit anderen kommunalen Einrichtungen wie z. B. der Bibliothek. Das e-team Köln erarbeitete gemeinsam mit dem Schulträger ein Konzept zur Ausstattung und Vernetzung aller Kölner Schulen, das Cologne-Area-Schoolnet (CAS).
- Den Lizenzerwerb durch die Medienzentren. Der enge Austausch mit den Schulen über geeignete Medien (DVD, Software, Filme) unterstützt neben der Nutzer orientierten Anschaffung auch den kostengünstigeren Lizenzkauf durch

das Medienzentrum (Medienzentren des Kreises Siegen-Wittgenstein und des Rhein-Sieg-Kreises).

- Medientage oder „e-days“ haben sich in vielen Medienzentren etabliert. Vom Schulträger stets finanziell und personell unterstützt wird der jährlich stattfindende „e-day“ in Köln. Die wirksame Zusammenarbeit verdeutlichen darüber hinaus Projekte mit lokaler Bedeutung wie zum Beispiel die sehr erfolgreichen Veranstaltungen zur „Leseförderung“ im Medienzentrum Kreis Steinfurt ([www.kreis-steinfurt.de](http://www.kreis-steinfurt.de)); Schulen/Bildung/Sport).
- Arbeitskreise wie der aus Lehrerinnen und Lehrer zusammengesetzte AK „Schule und Heimat“ im Märkischen Kreis werden durch das Medienzentrum zum Beispiel durch das Erstellen von heimatkundlichen Medien unterstützt.
- Wie Medienberatung im Medienzentrum vernetzt ist, zeigt das Beispiel der Webseite des Medienzentrums Paderborn ([www.kreis-paderborn.de/kmz](http://www.kreis-paderborn.de/kmz)): Die Aufgabenfelder der Medienberatung stehen darin im Vordergrund und greifen je nach inhaltlichem Zusammenhang auf die kommunalen oder Landesmitarbeiter zurück.
- Eine gelungene Kooperation zwischen e-team, Medienzentrum und Jugendhilfeeinrichtungen zeigt zum Beispiel die Fachtagung „Gewalt im Spiel“ in Hamm. Sie bot den schulischen und außerschulischen Teilnehmerinnen und Teilnehmern Referate zu den Themen „Gewalt im Internet“ und „Theorien zum Computerspiel“ mit anschließenden Arbeitsgruppen – zum Beispiel zur Vorbereitung eines themenbezogenen Elternabends – und einer LAN-Party-Demonstration von Jugendlichen ([www.medienzentrum.schulnetz.hamm.de](http://www.medienzentrum.schulnetz.hamm.de)).

<sup>15</sup> Die Beispiele beruhen auf einer Umfrage der Arbeitsgruppe „Medienberatung und Fortbildung“ bei den kommunalen Medienzentren in NRW im Juni 2004.

## Dortmunder Medientag

Wilfried Paschvoss, Medienzentrum der Stadt Dortmund

Medienkompetenz wird in Schule und Bildung groß geschrieben. Schülerinnen und Schüler sollen mit Medien lernen und sie selbstständig als kreative Ausdrucks- und Gestaltungsmittel nutzen. Im Sinne einer umfassenden Medienkompetenz sollen sie auch die Rolle von Medien bei gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen durchschauen und kritisch hinterfragen lernen.

Die Bedeutung von Medien in Unterrichtsprozessen hat sich verändert. Dadurch sind neue Aufgaben für Schulen entstanden. Der Fachbereich Schule der Stadt Dortmund mit dem Medienzentrum im Regionalen Bildungsbüro unterstützt sie dabei.



Weitere Unterstützung erhalten die Schulen durch das umfangreiche Beratungs- und Fortbildungsangebot des e-teams.

Im Jahre 2003 hat der Rat der Stadt Dortmund den Medienentwicklungsplan beschlossen. Beim 1. Dortmunder Medientag 2004 wurden erste Schritte zur Realisierung dieses umfassenden Vorhabens den Teilnehmenden präsentiert.

Programmschwerpunkt des Medientages war die Praxis der schulischen Medienarbeit.

Im ersten Teil luden 25 Dortmunder Schulen – von Grundschulen bis zu Berufskollegs waren alle Schulformen vertreten – zur Hospitation in insgesamt 35 Unterrichtsstunden mit Medieneinsatz und anschließender Diskussion ein.

Einige Beispiele:

- Informatikunterricht in IT-Berufen unter Einsatz eines e-learning-Systems (Berufskolleg Klasse 11 oder 12)
- Sachgeschichten mit denen man rechnen kann (Grundschule Klasse 4)
- Kinder als Tutoren zur Anwendung von Förder- und Übungssoftware (Grundschule, Klasse 1 und 2)
- Internet-Rallye zum Thema New York (Gymnasium, Klasse 8, Erdkunde)
- Planung eines Traumspielplatzes (Realschule, Klasse 8, Mathematik)

Im zweiten Teil vermittelte die zentrale Veranstaltung im Phoenix-Gymnasium Einblicke in den Stand der Medienentwicklungsplanung in Dortmund, präsentierte Medienkonzepte von Schulen und bot mit insgesamt 14 Workshops ein umfangreiches Angebot zum Thema "Medienkompetenz und Schule". Beispiele für Workshops waren:

- Selbstlernen, Differenzieren, Fördern
- Leseförderung mit dem Computer
- Mediennutzung im neuen Fach Naturwissenschaften der Sek. I
- Medienarbeit an der Sonderschule

Die Dortmunder Medientage richten sich an Lehrkräfte sowie an Lehramtsanwärterinnen und -anwärter. Das Konzept des Medientages gibt Anregungen, wie die mit den Schulkonzepten abgestimmte Ausstattung und Vernetzung in der konkreten pädagogischen Arbeit praxisgerecht eingesetzt werden kann. Dabei übernehmen das Medienzentrum und das e-team mit den Fachberaterinnen und -beratern, den Medienberaterinnen und -beratern sowie den e-team-Moderatorinnen und -moderatoren die zentrale Rolle.

Aufgrund der guten Erfahrungen und positiven Rückmeldungen zum 1. Dortmunder Medientag wird dieses Konzept in Einklang mit dem Fortschreiten der kommunalen Medienentwicklungsplanungen fortgeschrieben. Der nächste Dortmunder Medientag wird Anfang 2006 stattfinden.

Weitere Informationen unter [www.do.nw.schule.de/medientag04/](http://www.do.nw.schule.de/medientag04/).

### 3 Support – Medientechnische Unterstützung

Ralf Neuss, Medienzentrum Mönchengladbach; Helmut Hülde, AKMZ Alfried Krupp-Schulmedienzentrum Essen; Bernd Hoffmann, Medienberatung NRW; Elmar Laudage, Medienzentrum Kreis Soest (Arbeitsgruppe Support)

Ein effizienter Support<sup>16</sup> von Hard- und Software und vor allem der Netzwerkinfrastruktur in Schulen ist einer der Schlüssel für die flächendeckende und permanente Integration elektronischer Medien in Bildungsprozesse. Die Akzeptanz der Lehrkräfte und der Schülerinnen und Schüler hängt maßgeblich von der Verfügbarkeit und der einfachen Bedienung der Technik sowie der Unterstützung bei Problemen ab. Sinnvolle Supportkonzepte unterstützen die Interessen aller Beteiligten, d.h. Land, Schulträger und Schule.

#### Landesinteressen:

- Verbesserung der Unterrichtsqualität durch den Einsatz neuer Medien
- Die Lehrkräfte erfüllen schwerpunktmäßig ihre pädagogischen Aufgaben und nicht die technische Betreuung der EDV-Infrastruktur der Schule

#### Schulträgerinteressen:

- Investitionssicherheit
- Verbesserung von Systemverfügbarkeit und Lebensdauer
- Verbesserung der Ausbildungsqualität
- Kosteneinsparung

#### Interessen der Bildungseinrichtung:

- Ständige Verfügbarkeit der Medien
- Störungsfreies Funktionieren im Unterricht
- Entlastung der Lehrkräfte von Supportaufgaben

Das Modul „Support“ wird unter zwei thematischen Schwerpunkten beschrieben:

1. Struktur von Supportangeboten
2. Finanzierbarkeit

Die Frage nach der Finanzierbarkeit schließt explizit die Kalkulation der Folgekosten im Bereich des Supports mit ein, die vielfach unterschätzt werden. Die zentrale Frage dieses Kapitels lautet: Welche Rolle können moderne Medienzentren als regionaler Dienstleister bzw. die Landesmedienzentren als zentrale Anbieter an dieser Stelle spielen?

### Derzeitige Dienstleistungen der Medienzentren

Da es weder für die technische Ausstattung der Schulen noch für die Wartung

---

<sup>16</sup> Dienstleistungen, die einen dauerhaften und störungsfreien Betrieb der eingesetzten Technik unterstützen bzw. ermöglichen.

bzw. die Unterhaltung der Infrastruktur zentral formulierte Standards gibt, finden wir in den Schulen sehr heterogene Strukturen vor.

Entsprechendes gilt für die Medienzentren in NRW. Auch sie weisen aufgrund einer fehlenden einheitlichen Organisationsform mit einem festgeschriebenen Aufgabenspektrum unterschiedliche Strukturen auf. In einigen Regionen werden Ausstattung der Schulen und Support von der Kommunal- bzw. Kreisverwaltung übernommen. Diese Strukturen erschweren unter Umständen die Berücksichtigung pädagogischer Aspekte in Bezug auf Funktion und Inhalt der Angebote. Bei anderen Schulträgern bestimmt die Verwaltung die technische Infrastruktur und überlässt den Support und die Inhalte dem Medienzentrum. Dementsprechend haben die Medienzentren gemäß der Nachfrage aus den Schulen, ihrer Organisationsstruktur und den zur Verfügung stehenden Ressourcen individuelle Lösungen gefunden.

Die lokalen Medienzentren bieten derzeit die folgenden Unterstützungsleistungen in unterschiedlichster Ausprägung und Kombination an:

- Reparaturservice im AV und DV Bereich
- Geräteeinweisung
- Beratung (Kauf, Reparatur, Einsatz)
- Fortbildung für den First-Level-Support
- Zentrale Beschaffung
- Vor-Ort-Service inkl. Netzwerkbetreuung
- Medienberatung
- Lehrerfortbildung zum Thema Medien und Technikhandhabung

Durch die wachsende Nutzung digitaler Medien und die verbesserte EDV-Ausstattung der Schulen wächst der Bedarf an Support-Dienstleistungen in diesem Bereich. Für die Medienzentren als den kommunalen Dienstleistern für die IT-Infrastruktur in Schulen kann dies einen erhöhten Bedarf an personellen und finanziellen Ressourcen bedeuten. Darüber hinaus ergibt sich aus der zunehmenden Komplexität der nachgefragten Dienstleistungen ein kontinuierlicher Qualifizierungsbedarf des Personals.

### Perspektiven

Aufgrund der individuellen EDV-Infrastruktur (Hardwareausstattung, Netzwerkinfrastruktur, Serverbetriebssysteme u.a.) in Schulen und der verschiedenen Organisationsformen der Medienzentren ist es schwierig, ein gemeinsames Supportkonzept zu erstellen. Daher verfolgt die vorliegende Schrift das Ziel, sinnvolle Rahmenbedingungen zu definieren, die auf die konkrete Situation anwendbar sind. Die individuelle Gestaltung innerhalb dieses Rahmens muss jedes Medienzentrum selbst entwickeln und ausarbeiten.

Das Aufgabenspektrum im Bereich Support ist sehr vielschichtig. Deshalb wurde für die nachfolgenden Überlegungen ein abgestuftes Supportmodell gewählt. Die Abstufung erfolgt nach Umfang und Qualität der erforderlichen Dienstleistungen. Etabliert hat sich hier ein Drei-Stufen-Modell<sup>17</sup>. Die Stufen werden als Level bezeichnet und zentral oder dezentral von verschiedenen Dienstleistern abgedeckt. Die anfallenden Aufgaben der ersten Stufe (1st Level) sollen hiernach von einem Medienbeauftragten in der Schule erledigt werden. Die Stufen zwei und drei werden je nach Organisation durch Personal des Schulträgers oder durch externe Kooperationspartner (IT-Firmen, Hochschulen, Land u.a.) bearbeitet.

Die Frage, wie die Technik betreut wird, sollte schon bei der Ausstattung der Bildungseinrichtung geklärt werden. Ein Medienzentrum, das den Support übernimmt, ist daher sinnvoller Weise bereits in die Medienentwicklungsplanung der Kommune mit einbezogen. Die Abstimmung von Ausstattung und Support gewährleistet die Funktionssicherheit der EDV-Infrastruktur von Bildungseinrichtungen. Insbesondere gehört dazu eine umfassende Bestandsaufnahme der vorliegenden EDV-Infrastruktur.

## Mögliche Supportaufgaben des Medienzentrums

In der intensivsten Form entwickelt sich das Medienzentrum zum Medienmanagementsystem und deckt die folgenden Aufgaben ab:

- schulorientierte Beratung
- Planung
- Beschaffung
- Installation und Wartung
- Qualitätssicherung

Unter Berücksichtigung dieser Zielsetzung kann der Aufgabenbereich „technischer Support“ in folgende Themenfelder gegliedert werden.

### • Qualifizierung First-Level-Support

Es ist absehbar, dass bestimmte Supportaufgaben von den Schulen und anderen Bildungseinrichtungen selbst übernommen werden müssen. Dieses Aufgabenspektrum umfasst die Bereiche der konzeptionellen Planung der Schule und Zusammenarbeit mit dem Schulträger, Einführung des Kollegiums in die technische Nutzung sowie die Behebung „einfacher Systemfehler“.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Die Medienberatung NRW schlägt in ihrer Orientierungshilfe eine Unterscheidung in zwei Level vor. Dabei sind die Level zwei und drei – in Verantwortung des Schulträgers – zusammengefasst.

<sup>18</sup> Für die Konkretisierung und differenzierte Eingrenzung eines Aufgabenkataloges bietet die Publikation „Wartung und Pflege von IT-Ausstattungen in Schulen“ Orientierung. Sie steht unter [www.medienberatung.nrw.de](http://www.medienberatung.nrw.de) zum Download zur Verfügung.

Die Verantwortlichen an den Schulen müssen entsprechend dieser Aufgabenstellung qualifiziert werden. Nur so ist ein effizienter dezentraler Support in dieser Ebene möglich. Das Medienzentrum kann vor Ort, orientiert an der tatsächlichen Ausstattung der Schulen, ein individuelles Aus- bzw. Fortbildungskonzept entwickeln. Der oder die Verantwortliche in der Schule sollte Kolleginnen und Kollegen, Schülerinnen und Schülern oder auch Eltern mit in die technische Betreuung einbeziehen. Dies muss das Medienzentrum im Qualifizierungskonzept berücksichtigen.

### • Zentrale Beschaffung

Im Idealfall liegen Ausstattungsplanung, -beratung und -beschaffung zentral in einer Verantwortung. Andernfalls ist eine zweckorientierte Koordination und Konzeption schwierig. Die Berücksichtigung der pädagogischen Anforderungen, die in den Medienkonzepten der Bildungseinrichtungen beschrieben werden, ist von zentraler Bedeutung. Das Medienzentrum als Schnittstelle zwischen Pädagogik und Schulträger kann Partner sein für die Übernahme dieser Aufgaben – oder zumindest für deren Koordination.

### • Koordination Second- und Third-Level-Support

Der 2nd-Level-Support sollte dem Schulträger zufallen. Denkbare Aufgaben liegen in den Bereichen Netzwerkgestaltung, Ressourcenverwaltung, IT-Sicherungskonzept und Webmanagement.<sup>19</sup> Mögliche Werkzeuge zur Realisierung der zweiten Supportstufe sind folgend aufgeführt:

- Hotline bzw. User-Helpdesk
- FAQ-Liste
- WIP (Webgestützte Informationsplattform)
- Vor-Ort-Service
- Fernwartung
- Werkstatt / technischer Service

Projekte verschiedener Schulträger und Medienzentren vermitteln einen Eindruck davon, wie diese Instrumente konkret eingesetzt werden.<sup>20</sup>

In diesem Zusammenhang steht neben der Bereitstellung von qualifiziertem Personal die Frage nach finanziellen Ressourcen im Mittelpunkt.

Die verschiedenen Schulträger haben auf Grund der oft fehlenden Mittel unterschiedliche Ansätze verfolgt. Abgesehen von den Trägern, die entsprechendes

<sup>19</sup> Weitere Informationen bietet ebenfalls die Publikation „Wartung und Pflege von IT-Ausstattungen in Schulen“, die unter [www.medienberatung.nrw.de](http://www.medienberatung.nrw.de) herunter geladen werden kann.

<sup>20</sup> Beispiele finden sich unter [www.bildung.hessen.de/helpdesk](http://www.bildung.hessen.de/helpdesk) oder [www.fraline.de](http://www.fraline.de). Diese Projekte können unter den im Anhang angegebenen Links erreicht werden unter [www.medienberatung.nrw.de/Fachthema/Projekte](http://www.medienberatung.nrw.de/Fachthema/Projekte). Weitere Informationen bietet die Projekt- und Materialdokumentation zur Werkstatt.

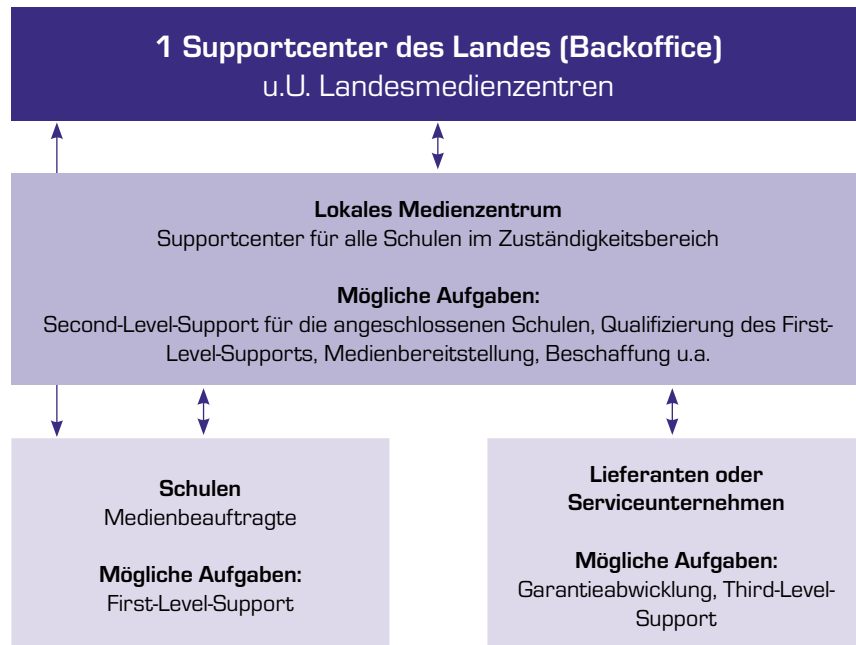
Personal gestellt haben bzw. die Leistungen extern einkaufen können, sind zum Beispiel Partnerschaften mit Hochschulen, Berufskollegs und Schülerfirmen eingegangen worden.

Die für den Betrieb eines solchen pädagogischen Netzwerkes erforderliche Software kann – wie zum Beispiel in Baden-Württemberg realisiert – von zentraler Stelle erstellt und gepflegt werden.

Die Aufgabe der Medienzentren des Landes liegt bei dieser Lösung darin, das System als Backoffice zu betreuen. Der dezentrale Support wird den lokalen Medienzentren bei entsprechender Ressourcenausstattung übertragen.

Die Vorteile einer solchen Lösung stellen sich wie folgt dar:

- einheitliche Ausstattung der Schulen
- Weiterentwicklung und Softwarepflege erfolgt zentral
- Schulen mit entsprechender IT-Ausrichtung können sich individuell entwickeln und sich aus dem System ausklinken – müssen jedoch die Systempflege selbst sicherstellen



- günstigere Konditionen bei der Softwarebeschaffung
- Aufbau einer leistungsfähigen, zentralen Wissensdatenbank FAQ-Liste
- Lehrer/innen und Schüler/innen müssen sich bei Schulwechsel nicht immer an neue Umgebungen anpassen
- verbesserte zentrale Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten der Lehrerinnen und Lehrer
- landesweite Vernetzungsmöglichkeiten

## Das Medienzentrum als Schaltzentrale

### Kommunale Medienentwicklungsplanung im Spannungsfeld des pädagogisch Notwendigen, technisch Machbaren und finanziell Möglichen

Detlef Garbe, Dr. Garbe Consult und Markus Eschweiler, Medienzentrum Remscheid

#### Ausgangslage

Die IT-Ausstattung und der Betrieb von Schulnetzen sind nur auf der Basis der Lehrpläne und Richtlinien sowie eines pädagogischen Mediennutzungskonzeptes der einzelnen Schulen sinnvoll zu realisieren.

Dies war der Ausgangspunkt der planerischen Aktivitäten in Remscheid zur Entwicklung eines kommunalen Medienentwicklungsplans. Um mit seinen Ausstattungskonzepten die Balance zwischen dem pädagogisch Notwendigen, dem technisch Machbaren und dem finanziell Möglichen zu finden, war es notwendig, in diese Planung die Kompetenzen unterschiedlicher Fachrichtungen einzubeziehen. Die klassische Personalausstattung des Schulverwaltungsamtes allein konnte diesen Anforderungen nicht gerecht werden.

Deshalb beauftragte die Stadt Remscheid im Jahre 2002 in Kooperation mit der Stadt Solingen die Erstellung eines Medienentwicklungsplanes (MEP) bei Dr. Garbe Consult, einem Beratungsunternehmen mit Schwerpunkt Organisationsentwicklung und Planung im Bereich Bildung und Neue Technologien.

Der MEP wurde im Januar 2003 vom Schulausschuss beraten und einstimmig beschlossen.

#### Die Eckpunkte des Medienentwicklungsplanes

Der MEP Remscheid (2003 – 2008) legt für folgende Teilbereiche Ziele und Mittel fest:

- Grundlagen zur Erstellung von Mediennutzungskonzepten der Remscheider Schulen
- IT-Konzeption und Homogenisierung von Ausstattungen in den Schulen
- Investitionsplanung für jede Schule über den Zeitraum von sechs Jahren
- Wartungs- und Support-Konzept
- Fortbildungs- und Qualifizierungsprogramm
- Controlling und Berichtswesen

Insbesondere der Aufgabenbereich „Wartung und Support“ wird mit zunehmender Ausstattung der Schulen immer aufwändiger. Um die Kosten in diesem - unter dem Aspekt der Gesamtbetriebskosten (TCO) - häufig sehr kostenintensiven Bereich zu dämpfen, legt der MEP Remscheid hier einen Schwerpunkt. Er konzipiert IT-Lösungen, mit denen es gelingen kann, Wartungs- und Supportkosten-

auf 30 Prozent der Investitionskosten zu begrenzen. (Zur Orientierung: International vergleichende Studien weisen hier Werte von 30 bis 45 Prozent auf.)

Der Aufgabenbereich „Controlling und Berichtswesen“ für die IT-Ausstattung in Schulen wird neu eingeführt. So soll auf der Basis der Bestandsdokumentation, der Nutzungs- und Erfahrungsberichte sowie der Dokumentation der Wartungsabläufe der MEP fortlaufend aktualisiert werden. Die jährlichen Neuanschaffungen können so dem realen Bedarf angepasst werden. Für die Umsetzung des MEP ist das Medienzentrum mit seinen organisatorischen und fachlichen Kompetenzen zuständig. Durch Erweiterung des Aufgabenspektrums sind zusätzliche Kapazitäten im Medienzentrum erforderlich. Diese werden in der Kostenrechnung unter dem Begriff „Geschäftsstelle“ kalkuliert.

Mit der Umsetzung des MEP sollen bis 2008 zwei ganz konkret messbare Ziele erreicht werden:

- Vernetzung aller Schulen:  
Die Pläne zur Vernetzung sehen einen sukzessiven Ausbau aller Schulen vor, die von Modernisierungs- oder Sanierungsmaßnahmen betroffen sind. Parallel dazu erfolgt der Ausbau der Netze so, dass 2008 eine Vollvernetzung erreicht werden kann.
- Verbesserung des Verhältnisses PC pro Schüler:  
Im Jahr 2002 betrug das PC-Schüler-Verhältnis 1: 48. Das im „Aktionsplan eEurope“ für die europäischen Schulen empfohlene Verhältnis liegt jedoch zwischen 1: 5 und 1:15.

Vorbehaltlich der Zustimmung der politischen Gremien der Stadt, die notwendigen Mittel zur Umsetzung des MEP bereitzustellen, wird in Remscheid im Jahr 2008 ein PC-Schüler-Verhältnis von ca. 1: 13 erreicht. Damit werden die Anforderungen des europäischen Aktionsplans erfüllt.

#### Jahresgespräche als Ausgangspunkt für die Investitionen

Die Umsetzung des MEP unter Investitionsaspekten wurde auf Wunsch des Schulausschusses bereits zu Beginn mit Controlling-Instrumenten verbunden. So werden die beiden Planungsgrundsätze des MEP konkret umgesetzt:

- Die pädagogischen Nutzungskonzepte der Schulen bestimmen die Ausstattung; d.h. Ausstattungswünsche der Schulen im Rahmen des MEP müssen pädagogisch begründet sein und den Standardisierungsvereinbarungen im MEP entsprechen.
- Die Kosten sind als Gesamtbetriebskosten ausgewiesen, einschließlich Re-Investition, Wartung etc.

Dazu ist in Remscheid das Instrument der „Jahres-Investitionsgespräche“ eingeführt worden; diese Gespräche sind im ersten Jahr durch den Autor des MEP moderiert worden. Inhaltlich werden in diesen Gesprächen folgende Punkte behandelt:

- notwendige Ersatz- und Ergänzungsbeschaffungen auf der Basis des aktuellen (!) Medienkonzeptes; Priorisierung dieser Beschaffungen aus Sicht der Schule,
  - notwendige Lizenzbeschaffungen,
  - notwendige Fortbildungsmaßnahmen im Kollegium; Festlegen von schulinternen Fortbildungen (SCHILF) und Fortbildungen durch das e-team,
  - Dokumentation spezifischer medienpädagogischer Projekte,
  - mögliche Anteile des Fördervereins bzw. des Schulbudgets an den Investitionen.
- Die Jahresgespräche werden protokolliert. Auf der Basis der Jahresgespräche wird das gesamte Mengengerüst festgelegt, beschlossen und zur Ausschreibung gebracht.

#### Fortbildungsprogramm

Auf der Basis der Jahresgespräche kann das e-team sein schulspezifisches Fortbildungsangebot formulieren sowie diejenigen Themen herausarbeiten, die für mehrere oder alle Schulen relevant sind. Damit hat das e-team mindestens einmal pro Jahr ein direktes Feedback zu „Angebot“ und „Nachfrage“.

#### Wartung und Support

Der Bereich „Wartung und Support“ ist einer der Hauptpfeiler der Medienentwicklungsplanung. Er ist untergliedert in die beiden Bereiche:

- First Level Support
- Second Level Support

Im Vorgriff auf die avisierte Vereinbarung vom Land NRW und den kommunalen Spitzenverbänden zur Regelung der Wartungs- und Betreuungsaufgaben in zwei Ebenen, wurden die Aufgaben beschrieben und entweder der Schule (First Level) oder dem Schulträger (Second Level) aufgeteilt.

Die von den Schulen als zuständige Ansprechpartner benannten Lehrkräfte wurden dann durch den Schulträger auf ihre Aufgaben als First Level Koordinator vorbereitet und umfassend geschult. Für den Bereich des Second Level wurden die Mittel des Medienentwicklungsplanes in die Betreuung durch Computerfirmen investiert. Anhand der Ausstattung einer Schule wurden Stundenkontingente aufgestellt, welche die Schule über das Medienzentrum (Controlling) abfragen kann.

Dazu besteht im Medienzentrum eine Hotline, über die der Kontakt hergestellt wird. Die Fehlermeldung kann dann entweder sofort beantwortet oder an die zuständige Computerfirma weitergeleitet werden. Damit die Schule einen festen Ansprechpartner hat, ist dies immer dieselbe Firma. Wird durch den Second Level ein Garantieschaden festgestellt, deckt der Garantiegeber diesen ab. Schäden außerhalb der Gewährleistung behebt der Second Level Support. Notwendige Ersatzteile werden entweder aus den Mitteln des MEP oder aus schulischen Komplementärmitteln finanziert.

## 4 Lern- und Veranstaltungsort

Dagmar Riekenberg, Medienzentrum Hamm; Markus Eschweiler, Medienzentrum Remscheid; Bernd Gohlicke, Medienzentrum Märkischer Kreis; Martin Halbach, Medienzentrum Remscheid, Helmut Hülde, AKMZ Alfried Krupp-Schulmedienzentrum Essen; Wilfried Paschvoss, Medienzentrum Dortmund; Hans-Werner Robke, Medienzentrum Wuppertal  
[Arbeitsgruppe: Lern- und Veranstaltungsort]

Das Modul „Lern- und Veranstaltungsort“ beschreibt Dienstleistungen in den Bereichen Distribution, Produktion und Administration.

### Bedarfe ermitteln – Aufträge erkennen

Es besteht ein konstanter Bedarf an Aus-, Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen zum Einsatz von Medien in Schule und im außerschulischen Bereich. Einerseits entwickeln sich veränderte Bildungsaufträge, „Neue Lernkultur“ und „Konzepte von lebenslangem und selbstständigen Lernen“ sind in diesem Zusammenhang häufig genannte Stichworte. Andererseits unterliegen die Medien selbst einem rasanten Wandel und ihr Einsatz erfordert neue Kenntnisse und Fertigkeiten. Im schulischen Bereich geht es um die Verbesserung von Unterricht durch den Einsatz von Medien und um die Entwicklung von Medienkompetenz. Die Förderung von Medienkompetenz ist auch für den außerschulischen Bereich zentral.

Die Kommunen haben erhebliche finanzielle Mittel in die Ausstattung von Schulen mit IT-Technik investiert, u.a. auch, weil sie entsprechende Bildungsangebote als unbedingt notwendig für die Attraktivität ihrer Kommune als Wirtschaftsstandort erkannt haben. Damit diese Ausstattung sinnvoll genutzt werden kann, besteht auch ihrerseits ein Interesse an der entsprechenden standortbezogenen Qualifikation der Pädagoginnen und Pädagogen. Ein Medienzentrum, in dem die unterschiedlichen Ressourcen der kommunalen Medienarbeit gebündelt sind, kann deshalb ein guter Partner sein.

Welche Angebote das Medienzentrum selbst machen kann, und wann es als Fortbildungsagentur an entsprechende Kooperationspartner vermittelt, hängt von seinen jeweiligen personellen, räumlichen und sonstigen Ausstattungsvoraussetzungen sowie von Angebot und Nachfrage in der Kommune ab.

Aufgrund des kommunalen Auftrages, Mediendienstleistungen für Schulen zu erbringen, ist das Modul „Veranstaltungs- und Lernort“ von zentraler Bedeutung im Aufgabenspektrum eines kommunalen Medienzentrums.

## Interne Voraussetzungen schaffen

Das Medienzentrum als Lern- und Veranstaltungsort benötigt eine qualifizierte Sach- und Personalausstattung, um erfolgreich Veranstaltungen für die schulische und außerschulische Bildungs- und Kulturarbeit anbieten zu können.

Sowohl die technischen als auch die medienpädagogischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Medienzentrums müssen sich entsprechend dem schnellen Wandel im Medienbereich kontinuierlich weiterqualifizieren.

Wichtige Voraussetzungen zur Qualitätssicherung ist die regelmäßige Überprüfung des Veranstaltungsangebotes sowie die ständige Erweiterung und Erneuerung. Die Parameter sind dabei vor allem

- Aktualität,
- pädagogischer Wert,
- Nachhaltigkeit.

## Zielorientiert planen

Um Nachhaltigkeit von Bildungsveranstaltungen zu erreichen, müssen bei der Planung klare Ziele formuliert werden. Besonders im Bereich berufsorientierter Fort- und Weiterbildungsangebote ist Effektivität ein zentrales Erfolgskriterium.

Weitere wichtige Planungsparameter sind die Orientierung an

- pädagogischem Bedarf,
- zeitgemäßen pädagogischen Erkenntnissen,
- neuestem Stand der Technik,
- Übertragbarkeit in den Berufsalltag.

Nicht jede Veranstaltung ist explizit eine Fortbildungsmaßnahme. Die Veranstaltungen des Medienzentrums sollten aber eine erkennbare Qualität aufweisen und die übergeordnete Leitidee der Förderung von Medienkompetenz erkennen lassen, beispielsweise bei Filmfesten.

Um kostenintensive Medienausstattungen der kommunalen Bildungs- und Kulturinstitutionen sinnvoll und effektiv zu nutzen, benötigen die dort tätigen Fachkräfte ausreichende Möglichkeiten kontinuierlicher Information, Qualifikation und Erprobung. Das Medienzentrum als zentraler kommunaler Dienstleister für die Arbeit mit Medien bietet dazu kostengünstige Voraussetzungen.

## Planung von Veranstaltungen

Die folgenden Vorschläge zur Veranstaltungsplanung sind nicht als ein obligatorisches Programmpaket zu verstehen. Sie können untereinander kombiniert und entsprechend der jeweiligen regionalen Gegebenheiten und Arbeitsschwerpunkte variiert werden.

## Planungsmodule

Zielsetzung/ Thema	Kooperation	Personalreferat	Ausstattung
Zielgruppe	Finanzierung	Raum	Werbung/ Öffentlichkeits- arbeit
Art der Veranstaltung	Personal/ Organisation	Termin	Rahmen- bedingungen

### Zielsetzung

Es gibt keine gelungene Veranstaltung ohne eine klare Definition der Zielsetzung. Die Beantwortung folgender Fragen führt dahin:

- Warum wird diese Veranstaltung angeboten? (Bedarf)
- Wer soll erreicht werden? (Zielgruppe)
- Was soll vermittelt werden? (Inhalte)
- Wie sollen diese Inhalte vermittelt werden? (Methoden)

Für die inhaltliche Dimension der Zielsetzung kommen unterschiedliche Möglichkeiten in Frage:

- Wissensvermittlung
- Information
- Erarbeitung fachlicher Konzepte

Die klare Festlegung des Ziels erleichtert alle weiteren Planungsschritte.

Die Zielsetzung bestimmt das Veranstaltungsthema bzw. den Arbeitstitel. Der nächste Schritt, der konkrete Titel, kann im darauf folgenden Prozess gefunden werden.

### Zielgruppe

Das Medienzentrum kann Fortbildungen anbieten für unterschiedliche Multiplikatorengruppen aus allen Bereichen, in denen mit Medien gearbeitet wird.

Bedingt durch die ursprüngliche Aufgabe der früheren kommunalen Bildstellen und die Einbindung von Lehrpersonen als Medienberaterinnen und -berater liegt ein besonderer Schwerpunkt im schulischen Bereich.

Darüber hinaus können aber auch Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus Institutionen der Kinder- und Jugendhilfe, der Jugendarbeit, aus dem kulturellen



Bereich oder Vereinen angesprochen werden wie beispielsweise Kindergärten, Horte, Offene Ganztagsgrundschulen, Jugendzentren, Kinder- und Jugendgruppen aus Kirchengemeinden, Vereinen oder Heimatvereine.

In allen sozialen, kulturellen und bildungsrelevanten Bereichen wird versucht, durch vernetzte Angebote und gemeinsame Planungen Synergien zu erzielen. In diesem Sinn spricht vieles dafür, dass auch ein kommunales Medienzentrum sowohl schulische als auch außerschulische Arbeitsbereiche anspricht. Für die Benennung der Zielgruppe einer Fortbildung sollte überlegt werden, ob Einzelpersonen, mehrere Personen aus einem Team oder ganze Kollegien angesprochen werden. Ein Kriterium ist dabei die Frage, wie und in welchen Konstellationen Gelerntes effektiv umgesetzt werden kann<sup>21</sup>.

Veranstaltungen des Medienzentrums können sowohl Multiplikatorinnen und Multiplikatoren als auch die betroffenen Zielgruppen direkt ansprechen. Beispiele dafür sind Kinderfilmfeste, Medienwettbewerbe, Traumkino in Schule oder Kindergarten.

Sehr heterogen können Zielgruppen bei themenspezifischen Informationsveranstaltungen wie Vorträgen zu Fernseh- oder Computernutzung von Kindern oder Gewalt in Neuen Medien sein. Hier sind Multiplikatoren aus dem Bildungsbereich eingeladen, aber auch Jugendgruppenleiter, Sozialarbeiter oder Eltern.

Zum Schluss noch einige Anmerkungen zur Teilnehmerzahl: Es ist sinnvoll, eine Mindestteilnehmerzahl für eine Veranstaltung festzulegen. Eine Veranstaltung sollte nur durchgeführt werden, wenn ein angemessenes Kosten-Nutzen-Verhältnis besteht. Ein Kurs für weniger als zehn Personen rechtfertigt kaum die anfallenden Kosten für Raum, Geräte, Referenten, Werbung und Organisation. Andererseits ziehen gute Veranstaltungen Kreise, es spricht sich herum, wenn ein Thema auch für einen kleinen Kreis ansprechend aufbereitet wird. Es gilt deshalb im Einzelfall abzuwägen, ob wiederholte Absagen von Veranstaltungen nicht zu einem negativen Image führen als geringe Teilnehmerzahlen.

#### **Art der Veranstaltung**

Je nach Zielsetzung können im Medienzentrum unterschiedliche Veranstaltungsarten angeboten werden: Geht es um umfassende Informationsvermittlung? Soll Gelerntes aktiv umgesetzt und auf die Berufspraxis übertragen werden? Oder sollen bestimmte Medien selbst produziert werden?

Mögliche Angebotsformen sind

- Workshops,
- Seminare,
- Kurse,
- Vorträge,
- Technikvorführungen oder -übungen.

---

<sup>21</sup> Siehe dazu auch Absatz „Art der Veranstaltung“.

Weiterhin ist wichtig, ob zu einem Thema und zur Umsetzung des Gelernten eine Einzelveranstaltung ausreicht. Möglicherweise ist es sinnvoller, Kursreihen zu einem übergeordneten Thema anzubieten. Zu „Lernen mit Neuen Medien“ wäre zum Beispiel eine Kursreihe zu unterschiedlichen Lehr- und Lernmethoden mit audio-visuellen Medien denkbar oder eine andere Reihe zu den didaktischen Möglichkeiten unterschiedlicher Medien. Eine andere Angebotsform sind Aufbau-Veranstaltungen für Anfängerinnen und Anfänger bzw. Fortgeschrittene. Darüber hinaus sollte nach Schulart, nach Klassenstufen und Fächern differenziert werden.

Besonders effektiv sind Seminarreihen, die berufsbegleitend angeboten werden. Dies sind Kurse in zeitlichem Abstand, in denen das Erarbeitete umgesetzt und in folgenden Treffen diskutiert und weiter ausgebaut wird.

Nach Fortbildungen können zum Erfahrungsaustausch und zur Präsentation und Diskussion späterer Arbeitsergebnisse Feed-back-Treffen organisiert werden. Der Einzelne kann so die Ergebnisse einer Fortbildung nachhaltig in die eigene Arbeit integrieren. Es können kollegiale Beratungszusammenhänge aufgebaut und unterstützt werden. Darüber hinaus hat das Medienzentrum eine erweiterte Möglichkeit zur Erfolgskontrolle mit entsprechenden Vorteilen für die nachhaltige Qualitätssicherung der eigenen Angebote.

#### **Kooperationen**

Kooperationen und Vernetzung mit anderen Partnern oder Einrichtungen machen es möglich, die eigenen Angebote zu erweitern.

Als Kooperationspartner kommen alle Institutionen in Frage, in denen die genannten Zielgruppen tätig sind.

Im Bereich Schule sind das die e-teams, die Schulaufsicht und die Schulen selbst. Dazu kommen kommunale Einrichtungen wie Volkshochschulen, Büchereien, Museen, Weiterbildungsträger, Kinder- und Jugendtreffs, Kindergärten und -tageseinrichtungen, Senioreneinrichtungen und freie Träger und Vereine im Kinder-, Jugend-, Senioren- und Kulturbereich.

Möglich sind auch Kooperationen mit gewerblichen Anbietern wie zum Beispiel Computerschulen.

#### **Finanzierung von Veranstaltungen**

Eine einzelne gute Veranstaltung lässt sich auch mit geringen eigenen Mitteln finanzieren. Größere und mehrmalige Veranstaltungen oder Veranstaltungsreihen kann das Medienzentrum aber nur bei einer für einen überschaubaren Zeitraum gesicherten Finanzierung anbieten. Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten:

Ein Medienzentrum verfügt über einen eigenen Haushalt, mit dem ein bedarfsgerechtes Veranstaltungsangebot organisiert werden kann. Gemeinsam mit geeigneten Kooperationspartnern – zum Beispiel aus Jugendhilfe oder Kultur – können

auch deren Mittel zur Finanzierung beitragen. Als weitere Fremdmittel kommen in Frage:

a) Projektmittel:

Vom Land - und zum Teil auch vom Bund - gibt es Projektförderungen, die für einzelne thematisch eingegrenzte Vorhaben gezielt beantragt werden können. Häufig sind dabei die Fördervoraussetzungen und der zeitliche Rahmen, in dem sie verausgabt werden müssen, sehr genau vorgegeben<sup>22</sup>. Hilfestellung bei der Akquisition von Projektmitteln geben die Landesmedienzentren.

b) Sponsorengelder:

Sponsoren zu gewinnen gelingt häufig vor allem über persönliche Kontakte und die Bindung einer Firma an die Region, den Kreis oder die Kommune. Dabei gilt es abzuwägen, in welchem Verhältnis eine eingeworbene Geldsumme zur Gegenleistung der Werbung steht und welche Firmen vom Profil her in Frage kommen.

c) Teilnahmebeiträge:

Nicht alle kommunalen Veranstaltungen müssen kostenfrei angeboten werden. Teilnahmebeiträge oder Eintritte sind legitime Wege zur Mitfinanzierung einer Veranstaltung, zumal sie häufig dann eine höhere Wertschätzung durch die Teilnehmer erfährt.

### Planung und Organisation

Wer plant die Veranstaltung? Wer übernimmt die Verantwortung für die unterschiedlichen Arbeitsbereiche?

Die verantwortliche Planung und Organisation einer Veranstaltung übernehmen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Medienzentrums. Wenn sich die Veranstaltung an Schulen richtet, sollte in jedem Fall das lokale e-team beteiligt sein. Darüber hinaus können aufgrund thematischer oder zielgruppenspezifischer Kenntnisse weitere Moderatorinnen und Moderatoren oder andere Kooperationspartner einbezogen werden. Um alle beteiligten Ressourcen optimal einzusetzen, müssen Arbeitsbereiche und Verantwortlichkeiten eindeutig festgelegt sein, und das gesamte Vorhaben von einer Person koordiniert werden.

Ein hilfreiches Werkzeug für dieses Management sind Netzpläne oder vergleichbare Übersichten. Sie stellen die zu erledigenden Arbeiten in einen zeitlichen Rahmen und eine Abfolge und dokumentieren vereinbarte Verantwortlichkeiten.

---

<sup>22</sup> Eine durch das Ministerium für Städtebau, Wohnen, Kultur und Sport geförderte und durch den Kulturrat NRW e.V. betriebene Website ([www.dschungelbuch-nrw.de](http://www.dschungelbuch-nrw.de)) bietet umfangreiche Informationen über Ausschreibungen, Projektförderungen, Wettbewerbe und Stipendien. Das „Dschungelbuch“ ist eine umfangreiche Sammlung von Fördermöglichkeiten für Kulturschaffende in NRW mit einer eigenen Sparte „Medien und Film“.

### Referentinnen und Referenten

Für die inhaltliche Gestaltung der Fortbildungsveranstaltungen müssen sachkundige Referentinnen und Referenten gewonnen werden. Dies können

- ModeratorInnen
  - Mitglieder des lokalen e-teams
  - Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Medienzentrums
  - Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der jeweiligen Kooperationspartner
  - andere externe Fachreferentinnen und -referenten
- sein.

Oftmals ist es hilfreich, externe Referentinnen oder Referenten zu verpflichten, die mit ihrer „Außensicht“ und einem anderen Erfahrungshintergrund neue Perspektiven eröffnen können. Eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter des Medienzentrums als Begleitung oder Komoderation gewährleistet dann die Anbindung an die lokale Arbeit.

### Terminierung und zeitlicher Rahmen

Auch die Terminierung einer Veranstaltung muss gut durchdacht werden.

Organisiert das Medienzentrum freie Angebote nach Abruf oder werden feste Termine vorgegeben? Beides hat Vorteile: Die abrufbaren Angebote werden von Gruppen oder Kollegien in Anspruch genommen und Termine nach Bedarf vereinbart.

Fest terminierte Veranstaltungen ermöglichen auch einzelnen Interessierten, ein Angebot ihrer Wahl zu besuchen.

Der angemessene zeitliche Rahmen einer Veranstaltung ist abhängig von den Inhalten und vom angesprochenen Personenkreis. Bei Wochenendterminen scheuen Lehrerinnen und Lehrer vielfach den hohen zeitlichen Aufwand. Abendtermine sind in der Woche oft ebenfalls schwierig zu realisieren. Am Nachmittag finden häufig noch Schul-AGs oder auch Unterricht statt. Die Wahl des richtigen Termins und des zeitlichen Rahmens gilt es vor dem Hintergrund der Fragen abzuwägen, wann eine Veranstaltung effektiv sein kann und wann die Motivation teilzunehmen am größten ist.

In der Regel ist es sinnvoll, mit den zuständigen Vorgesetzten, dem Schulumt, der Schulleitung oder der Kommune Absprachen zur Dienstbefreiung zu treffen.

### Räumlichkeiten

Wo soll die jeweilige Veranstaltung stattfinden?

Geeignet ist oftmals das Medienzentrum selbst. Hier sind entsprechende notwendige Geräte und die Organisatoren vor Ort. Die Veranstaltung kann jedoch nur im Medienzentrum durchgeführt werden, wenn adäquate Räumlichkeiten vorhanden sind. Die Räume dürfen keine Provisorien sein, sondern sollen moderne, zeitgemäße Ansprüche erfüllen.

Hat das Medienzentrum keine geeigneten Räumlichkeiten, liegt es zu weit außerhalb oder gar nicht in der betroffenen Kommune, können nach folgenden Kriterien alternative Räumlichkeiten in Schulen oder bei Volkshochschulen gesucht werden:

- zentrale, gut erreichbare Lage
- ausreichende Größe, Anzahl und Ausstattung der Räume
- ggf. Möglichkeiten des Caterings

Kollegien- oder teaminterne Veranstaltung können auch in einer Schule oder Einrichtung stattfinden. Dabei gilt es aber abzuwägen, ob das Verlassen der gewohnten Umgebung nicht den gewünschten Lernprozess erleichtert und die Teilnehmerinnen und Teilnehmer offener für neue Impulse macht.

Kinder und Jugendliche oder Multiplikatorinnen und Multiplikatoren der außerschulischen Arbeit sind häufig leichter und unkomplizierter für Veranstaltungen außerhalb von Bildungseinrichtungen wie Schulen oder Volkshochschulen zu gewinnen.

### **Ausstattung**

Die erforderliche technische Ausstattung muss für die jeweilige Veranstaltung disponiert werden. Es sollte möglichst moderne Technik bereitgestellt werden. Ein entsprechender Gerätebestand des Medienzentrums ermöglicht die Ausstattung unterschiedlichster Veranstaltungen. Er signalisiert auch den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Innovationsbereitschaft und -fähigkeit der jeweiligen Kommune.

Gegebenenfalls müssen die Geräte (möglicherweise kostenpflichtig) anderweitig entliehen werden.

Eine modellhafte, moderne Ausstattung macht zeitgemäße und attraktive Angebote möglich. Bei Angeboten für Schulen oder andere Einrichtungen werden aber auch Geräte benötigt, die deren möglicherweise niedrigerem Standard entsprechen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer können so das Gelernte in ihren Einrichtungen umsetzen.

Da die Kommune in die technische Ausstattung des Medienzentrums viel investiert, sollten die Geräte möglichst optimal ausgelastet werden. Neben der Nutzung für eigene Veranstaltungen kann das Medienzentrum die Geräte mit einem entsprechenden Verleihsystem und gegebenenfalls gegen Entgelt auch anderen Arbeitsbereichen zur Verfügung stellen.

### **Werbung und Öffentlichkeitsarbeit**

Eine Veranstaltung kann nur erfolgreich sein, wenn für sie geworben wurde. Dafür kommen alle Möglichkeiten in Frage, die im Kapitel Informationsmanagement dargestellt werden. Darüber hinaus sollte ggf. auch Werbung über persönliche Ansprache ehemaliger Teilnehmer, Rundrufe, interne Informationen in Erwägung gezogen werden.

Für das Medienzentrum ist aber nicht nur das Bekanntwerden in der fachlichen Öffentlichkeit bedeutsam. Auch von der politischen Öffentlichkeit müssen die Angebote wahrgenommen und geschätzt werden, um sich als kommunaler Mediendienstleister zu positionieren. So sollten beispielsweise Geschäfts- und Tätigkeitsberichte oder Dokumentationen regelmäßig an die zuständigen Ausschüsse weitergeleitet werden. Besonders betont werden können dort größere Veranstaltungen und die Teilnahme an Kooperationsprojekten.

Eine Vielzahl von weiteren Details ist für das Gelingen einer Veranstaltung wichtig, sie dürfen bei der Organisation nicht vergessen werden:

Ein angemessenes Veranstaltungscatering ist nicht nur ein Kostenfaktor. Es trägt auch dazu bei, eine Atmosphäre zu schaffen, in der sich Teilnehmerinnen und Teilnehmer austauschen, Kontakte knüpfen und Gelerntes vertiefen. Ein Teilnahmemanagement mit der Erfassung der gemeldeten Personen, der Kontrolle der gezahlten Beiträge sowie gegebenenfalls mit Namensschildern und offiziellen Teilnahmebestätigungen muss gewährleistet sein.

Eine begleitende oder nachgehende Öffentlichkeits- und Dokumentationsarbeit erfordert Fotos, je nach Veranstaltung sollte die Presse eingeladen werden und vieles anderes mehr.

### **Resümée**

Passend zu jedem Veranstaltungstyp und den jeweiligen Erfordernissen vor Ort müssen unterschiedliche Dinge bedacht werden. Hier werden die wichtigsten Komponenten vorgestellt, die die Planung und Durchführung von Veranstaltungen erleichtern sollen. Wie das einzelne Medienzentrum vorgeht, liegt an den jeweiligen lokalen Bedingungen und Voraussetzungen.

Wenn sich ein Medienzentrum als Veranstaltungsort (weiter) profilieren will, sollte es in jedem Fall sicherstellen, dass folgende Grundvoraussetzungen erfüllt sind:

- Aufgreifen relevanter Themen und regionaler Bedarfe
- fachkundige Vermittlung der Inhalte
- Vorhalten angemessener Räumlichkeiten mit zeitgemäßer Ausstattung

Ein professionelles und erfolgreiches kommunales Veranstaltungsangebot im Medienbereich erfordert

- regelmäßige Aktualisierung der Hard- und Softwarebestände
- angemessene Honorarmittel
- wirksame Öffentlichkeitsarbeit

In diesem Zusammenhang ist vor allem die Frage zu beantworten, wie dieser professionelle Anspruch durch finanzielle Planungssicherheit gewährleistet werden kann.

## Das Medienzentrum als Lernort

Das Medienzentrum als Veranstalter von Fortbildungen und kulturpädagogischen Maßnahmen ist implizit ein Lernort.

Eine speziellere Möglichkeit sich als Lernort zu profilieren, ist die Einrichtung einer Medienwerkstatt. Sie bietet Gruppen und Einzelpersonen die Möglichkeit, selbstständig oder unter Anleitung mit Medien zu arbeiten.

Mit entsprechender personeller und medientechnischer Ausstattung kann das Medienzentrum nicht nur „Medienwerkstatt“, sondern auch „Außerschulischer Lernort“ für Schülerinnen und Schüler sein. So hat der Schulträger die Chancen, seine kommunalen Ressourcen im Medienbereich optimal zu nutzen und zusätzliche attraktive Möglichkeiten für das Lernen mit Medien anzubieten.

Die Arbeitsgruppe hat verschiedene Bausteine für die Einrichtung einer Medienwerkstatt zusammengestellt. Wie im Arbeitsbereich „Veranstaltungsort“ gilt auch für diese Bausteine: Sie sind ...

- untereinander kombinierbar,
- modular einsetzbar,
- variabel nach den regionalen Gegebenheiten und Arbeitsschwerpunkten.

Zielvorstellung	Raum	Öffnung
Zielgruppe	Technik	Finanzierung
Personal	Materialien	-

### Zielsetzung

Die übergeordnete Zielsetzung einer Medienwerkstatt ist die Entwicklung von Medienkompetenz und die Förderung selbstständigen Lernens.

Im Einzelnen geht es darum zu lernen, unterschiedliche Medien aktiv als Handwerkszeug zu nutzen und Medien, ihren Einsatz und ihre Wirkung besser verstehen zu können.

Die Stärken und Möglichkeiten unterschiedlicher Medien sollen erkannt, differenzierte kreative Ausdrucksformen entdeckt und individuelle Wege für das Lernen mit Medien eröffnet werden.

### Ziele und Zielgruppen

Durch die Zielsetzung „selbstständiges Lernen“ richtet sich das Angebot einer Medienwerkstatt an weitere Zielgruppen: Arbeitsgemeinschaften, medieninteressierte Bürgerinnen und Bürger und gegebenenfalls auch an einzelne Schülerinnen und Schüler.

### Betreuung

Die Medienwerkstatt muss personell betreut werden. Technikerinnen und Techniker des Medienzentrums unterstützen bei der Handhabung der Geräte und sorgen für notwendige Wartung und Support. Medienpädagoginnen und -pädagogen helfen bei inhaltlichen Fragestellungen.

### Angebote und Ausstattung

Mögliche Angebote einer Medienwerkstatt sind:

- Computer-Arbeitsplätze mit Möglichkeiten unterschiedliche Software zu nutzen, wie Standardprogramme, Bildbearbeitung, Lernsoftware,
- Computerplätze mit Internetzugang und HTML-Editoren,
- Videobearbeitung,
- Trickboxx,
- Radiowerkstatt,
- u.v.m.

Um das Angebot attraktiv und zweckmäßig zu gestalten, sollte mit möglichst aktuellen technischen Standards, Geräten und Programmen gearbeitet werden. Als ein Baustein im Medienentwicklungsplan der Kommune kann die gut ausgestattete Medienwerkstatt zu Demonstration und Test einzelner Hard- und Softwarekomponenten genutzt werden. So können Anschaffungen für andere Einrichtungen wie Schule oder Jugendzentrum planvoll und abgestimmt erfolgen. Eine entsprechende Ausstattung macht es darüber hinaus möglich, die Medienwerkstatt als Schulungsstätte für den First-Level-Support an Schulen und anderen kommunalen Einrichtungen zu nutzen.

Die Sicherung der Technik sollte durch geeignete Programme und durch gute Einweisungen der Nutzer durch die Techniker erfolgen. Zum selbstständigen Lernen muss ein hinreichender Medienbestand mit geeigneten audio-visuellen und ergänzenden Printmedien zur Verfügung stehen. Zu aktuellen oder immer wiederkehrenden Themen können Themenpakete zusammengestellt werden. Die Geräte der Medienwerkstatt ergänzen den Verleihbestand.

### Räumlichkeiten

Eine Medienwerkstatt braucht geeignete Räumlichkeiten. Einzelne Fachbereiche wie Computerarbeitsplätze, Internetrecherche, Video-Schnittplatz und Radiowerkstatt können in getrennten Räumen untergebracht sein, oder es steht ein großer Raum mit unterschiedlichen Arbeitsecken zur Verfügung. Für den Erfahrungsaustausch und für Handlungsschulung von Geräten und Software sollten in jedem Fall getrennte Räume zur Verfügung stehen.

Gehört die Medienwerkstatt zum Medienzentrum, sollte dies für den Nutzer und die Nutzerin erkennbar sein. So können die unterschiedlichen Mediendienstleistungen besser zugänglich und bekannt werden und wünschenswerte Synergieeffekte entstehen.

Auch Kooperationsmodelle mit anderen Institutionen sind denkbar, die idealerweise räumlich nah beieinander liegen. So kann die Volkshochschule die Radiowerkstatt nutzen oder die Medienwerkstatt die Videotechnik eines Offenen Kanals.

#### **Organisatorische Aspekte**

Eine Medienwerkstatt sollte zwar jedermann offen stehen, doch muss der fachkundige Umgang mit der Technik gelernt sein. Organisatorisch lässt sich die Einführung in die Technik gut und Ressourcen schonend über den Erwerb eines Technik-Scheins lösen.

An die unterschiedlichen Zielgruppen angepasste Öffnungszeiten gewährleisten eine optimale Auslastung der Medienwerkstatt. Ein langer Tag in der Woche, der Samstag oder ein Wochenende im Monat kann weiteren interessierten Bürgerinnen und Bürgern die Nutzung der Medienwerkstatt ermöglichen.

#### **Finanzierung**

Die Einrichtung und Unterhaltung einer Medienwerkstatt ist kostenintensiv. Diese Kosten können aus kommunaler Sicht nur gerechtfertigt werden, wenn die Werkstatt entsprechend genutzt und mit Leben und Lernen gefüllt wird. Mit diesem Angebot investiert die Kommune in Bildung, die als Standortfaktor nicht unterschätzt werden darf. Das Medienzentrum gezielt als außerschulischen Lernort aufzuwerten und entsprechend auszustatten sollte als Chance gesehen werden, kommunale Ressourcen im Bereich Medien für Bildung und Kultur kompensatorisch, qualifiziert und vor allem ökonomisch zu nutzen.

Zur Ergänzung bei der Finanzierung der Medienwerkstatt können auch hier Kooperationspartner mit einbezogen werden; Nutzungsgebühren können ebenfalls bedacht werden.

## **Kinderfilmfest Hamm: 18 Jahre packende Unterhaltung**

Dagmar Riekenberg, Medienzentrum Hamm

Seit 1987 veranstaltet das Medienzentrum Hamm in den Herbstferien das Kinderfilmfest. Kooperationspartner sind die Stadtbücherei und der Kindertreff eines zentral gelegenen Jugendzentrums, zwei bekannte Einrichtungen mit eigenen gut angenommenen Filmveranstaltungen für Kinder.

Als Zeitpunkt wurde eine Woche der Herbstferien gewählt, da lediglich im Sommer Ferienspaß-Aktionen stattfinden und es andererseits im Herbst oft wenig Angebote für Kinder gibt.



Als Filmfest für die Daheimgebliebenen wurde es in der Presse beworben. Es sollten Filme gezeigt werden, die unterhalten, die niveauvoll sind, die Kinder packen, berühren und sich mit ihren Themen beschäftigen.

Und so war es dann auch: die Themenpalette ist vielfältig. Der Start lief mit „Piraten, Räuber und ein Küken“ so gut an, dass in den folgenden Jahren daran angeknüpft werden konnte. „Starke Mädchen“, „Kleine Leute GANZ GROSS“ oder „Killevips“ sind nur einige der Titel der bis jetzt 18 Filmfeste.

Gemeinsam ist allen, dass es nicht nur ums Filmegucken geht, sondern

- dass die richtige Atmosphäre hergestellt wird,
- dass es immer eine Pause gibt, die zum Beispiel mit Äpfeln und Möhren versüßt wird,

- dass ein Quiz zum jeweiligen Film gemacht wird,
- dass nach dem Film Aktionen wie Malen, Rallye durchs Jugendzentrum oder Basteln geboten werden.

Einiges hat sich aber auch im Laufe der Zeit verändert. Ein Beamer hat den lauten 16mm-Projektor abgelöst. Anstelle der oft schlechten Kopie eines 16mm-Films kamen zunächst Video und inzwischen DVDs zum Einsatz.



Mittlerweile werden auch Schulklassen eingeladen, am Filmfest teilzunehmen. Der Start des Filmfestes liegt seit fünf Jahren eine Woche vor den Herbstferien. Im Programm wurden speziell für den Unterricht geeignete Spielfilme aufgenommen. Die Fachberaterinnen aus Bibliothek und Medienzentrum begleiten die Vorstellungen durch einen vorhergehenden Besuch im Unterricht, durch Filmgespräche oder Aktionen und durch das Angebot einer Nachbereitung in der Klasse. Dieses Projekt wird mit dem Programm „Buchgeschichten – Filmgeschichten“ nach den Herbstferien weitergeführt. Literaturverfilmungen im Fest werden aufgegriffen und Veranstaltungen für Schulklassen in der Bibliothek oder im Medienzentrum angeboten und auch gerne wahrgenommen.

„Tsatsiki – Tintenfisch und erste Küsse“ war ein Film, der während des Kinderfilmfestes gezeigt wurde, der aber auch danach für viele Schulklassen ein großes Erlebnis bot und immer noch gerne gezeigt wird.

## Medien in der außerschulischen Pädagogik – ein gewachsenes Fortbildungskonzept

Dagmar Riekenberg, Medienzentrum Hamm

Seit langem ist Medienarbeit im Kindergarten ein Thema für das Medienzentrum in Hamm. Besonders aus dem Elementarbereich wurden und werden immer wieder viele Fragen zum Einsatz und zur Nutzung von Medien gestellt: Fernsehverhalten, Kino für die Kleinen, später Gameboy und Computer, was ist schädlich, gibt es Möglichkeiten eines sinnvollen Einsatzes, wie stellen sich die Erzieherinnen zum Thema, was können die Eltern tun etc.?



Schon lange gibt es ein attraktives Angebot an Kurzspielfilmen, die im Kindergarten für eine Kino-Veranstaltung genutzt werden können. Dafür wurden Veranstaltungen für Erzieherinnen und Erzieher angeboten, bei denen Filme gesichtet und ihre Einsatzmöglichkeiten diskutiert wurden. Außerdem wurden exemplarisch Veranstaltungen durchgeführt, in denen ein Kino-Erlebnis im Kindergarten erprobt wurde. Hier wurden die Kinder stark einbezogen. Sie bastelten Eintrittskarten, spielten Platzanweiser, verteilten in der Pause aus einem Bauchladen Äpfel o.ä., bauten die Technik mit auf und halfen bei der Filmvorführung. Die Auswertungen aus den Kindergärten zeigen, dass das Konzept aufging: Auch ruhige, stimmungsvolle Filme beeindruckten gerade auch die als kleine „Chaoten“ gesehene Kinder sehr. Unruhe oder gar Störungen gab es kaum. Stattdessen wurde der Wunsch geäußert, diese Aktion doch häufig zu wiederholen.

Begleitet wurde das Kinoerlebnis durch Veranstaltungen mit externen Referenten, beispielsweise kam die Kindergarten-Film-Expertin Elke Andersen nach Hamm und berichtete von ihren Erfahrungen.

Da der Schwerpunkt der Medienzentrums-Arbeit in der Fortbildung der Multiplikatoren liegt, wurden selten Elternabende angeboten. Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen des Medienzentrums wurden zu Fortbildungen in die Einrichtungen eingeladen, bei denen es häufig um Themen zur Nutzung des Fernsehens ging.

Für die aktive Medienarbeit griffen die Erzieherinnen und Erzieher gerne zu den Produktions-Geräten, die im Verleih bereit stehen, um ihren Kindern auch diese Seite der Medienwelt nahe zu bringen. Fortbildungen mit der Videokamera (Zaubertricks mit Schokoküssen, die geheimnisvollerweise verschwanden, klettern auf dem Fußboden oder auch die Erstellung ganz „normaler“ Filme über den Kindergarten-Alltag) fanden großen Anklang, ebenso mit Polaroid-Kameras (Erstellung von Bildergeschichten).

Der Einsatz von Bilderbuchkinos ist auch ein Element der Fortbildungen für Erzieherinnen und Erzieher im Kindergarten, da dies ein Medium ist, das die ruhige, entspannte Betrachtung einer Geschichte ermöglicht. Es können Fragen gestellt, Eindrücke geschildert oder auch einfach nur die schönen Bilderbuch-Bilder mit einer größeren Kindergruppe angeschaut werden.

Seit Neuerem wird die Frage des Computer-Einsatzes auch im Kindergarten diskutiert. Zahlreiche Eltern, Erzieherinnen und Erzieher vertreten die Ansicht, dass im Kindergarten sinnliche Erfahrungen im Vordergrund stehen müssten, und die Kinder ihre Zeit ohne Medien gestalten lernen sollten. Andere vertreten die Meinung, dass Kinder gar nicht früh genug lernen sollten mit Medien umzugehen und Medienkompetenz zu erwerben, und dass dies in einem pädagogischen Zusammenhang geschehen sollte. Der letzteren Ansicht neigt das Medienzentrum Hamm zu.

So wurden in Kooperation mit dem Landesmedienzentrum in Münster und teilweise mit dem Jugendamt der Stadt Hamm Fortbildungen zum Thema „Sinn oder Unsinn von Computern im Kindergarten“ und „Geeignete Spiele und Internet-Portale für Kindergartenkinder“ angeboten. Diese Veranstaltungen, die sich an alle 125 Kindergärten in der Stadt richteten, waren sofort ausgebucht und wurden aufgrund des hohen Bedarfs mehrfach ins Veranstaltungsprogramm des Medienzentrums aufgenommen.

Das aktuellste Angebot ist die Arbeit mit der TrickboxX, die in hervorragender Weise viele Elemente der Filmarbeit verbindet: Eine Geschichte muss erfunden und erzählt werden, die Dramaturgie wird erarbeitet, ein Drehbuch kann entstehen, Figuren, Hintergrund, Gegenstände werden gesucht und gebastelt, und schließlich wird mit der Filmkamera ein Trickfilm erstellt, bei dem die Kinder verstehen lernen, wie Filme eigentlich gemacht werden. Schließlich wird der entstandene Film noch vertont, damit er –vielleicht anlässlich eines Elternabends – vorgestellt werden kann.

## 5 Medienkulturarbeit

Elisabeth Janke, Medienzentrum Kreis Lippe; Marlies Baak-Witjes, Medienzentrum Dortmund; Markus Eschweiler, Medienzentrum Remscheid; Helmut Hülder, Alfred Krupp Medienzentrum Essen; Susanne Michels, Alfred Krupp-Schulmedienzentrum Essen; Wilfred Paschvoss, Medienzentrum Dortmund; Dagmar Riekenberg, Medienzentrum Hamm; Lothar Schalis, Medienzentrum Rhein-Kreis Neuss (Arbeitsgruppe Medienkulturarbeit)

Zwischen Medien und Kultur existiert eine starke Wechselwirkung. Auch die Wissenschaft bestätigt die wachsende Bedeutung von Medien für die kulturelle Entwicklung. Diese Zusammenhänge betreffen die Arbeit der Medienzentren im Kern.

Wenn in unterschiedlichen – produktiven oder rezeptiven – Formen eine Auseinandersetzung mit Unterhaltungs- und Bildungsmedien erfolgt, ist das als Medienkulturarbeit zu bezeichnen. Einige Beispiele sind Filmarbeit mit Schulen, Kinder- und Seniorenkino, Kooperationen mit Volkshochschulen, Bibliotheken, Museen und Kinos.

Ausgehend von einem integrierten Medienbegriff prägen Zielsetzungen wie „Förderung der Medienkompetenz“ und „Unterstützung lebenslangen und selbst gesteuerten Lernens mit Medien“ die Arbeit der Medienzentren. Ihre Zielgruppen sind Kinder, Jugendliche und Erwachsene.

Das breite Spektrum der Medienkulturarbeit bedeutet einerseits, dass die Grenzen zu anderen Angeboten des Medienzentrums fließend sind. So ist Medienkulturarbeit eng verzahnt mit der Medienbereitstellung und der technischen Unterstützung (Support) beim Einsatz und Nutzen von Medien sowie in der Herstellung eigener Medien mit ausgewählten Zielgruppen (aktive Medienarbeit). Andererseits gibt es aber auch eine starke Verbindung zu Arbeitsgebieten anderer, verwandter Institutionen der außerschulischen Bildungs- und Kulturarbeit, etwa Volkshochschulen, Theater, Kommunaler Kinos, Jugendfreizeiteinrichtungen.

Im Folgenden sollen die unterschiedlichen Formen von Medienkulturarbeit im Medienzentrum beschrieben, Grenzen und Möglichkeiten aufgezeigt sowie Kooperationsfelder und Zukunftsperspektiven benannt werden.

### Die Rolle des Medienzentrums

Das kommunale Medienzentrum gibt im Rahmen der Medienkulturarbeit Impulse. Aktuelle Ereignisse und gesellschaftliche Entwicklungen fordern Stellungnahme und das Angebot von Diskussionsforen zu Themen wie beispielsweise „Gewalt in der Schule“ oder „Gewalt in Medien“.

Gefragt sind Empfehlungen zu alternativen Formen der Mediennutzung und ein gutes Angebot an Medienprodukten. Moderne Medienzentren halten sowohl klassische Medien (Filme, Dias, Fotos) als auch Neue Medien (Internet, Multimediale Lernumgebungen) vor. Das Angebot richtet sich sowohl an schulische als auch an außerschulische Einrichtungen. Hier kann eine wertneutrale, nicht von kommerziellen Interessen geleitete Diskussion über Medien stattfinden.

Die im Folgenden beschriebenen Ansatzpunkte sollen exemplarisch verdeutlichen, wie medienkulturelle Angebote im Verbund mit dem kommunalen Medienzentrum realisiert werden können.

## Medien - Kunstwerk und Kulturgut

Das Medienzentrum kann Seminare zur ästhetischen Filmanalyse anbieten. Dabei geht es um das Herausarbeiten von Prinzipien der Bild- und Tongestaltung sowie der Schnitttechnik in einem Film. Nachzuvollziehen, wie ein Thema im Film formal umgesetzt wird, schult das Verständnis von Filmsprache und das ästhetische Urteilsvermögen.

Diese analytische "Entmystifizierung" von Filmen ist ein wichtiger Beitrag zur Förderungen von Medienkompetenz. Entsprechende Analysen sind mit vergleichbarer Zielsetzung selbstverständlich auch zu anderen Medien möglich.

## Medien – inhaltlich

Was für den klassischen Lehrfilm an erster Stelle steht, nämlich die Vermittlung von Inhalten, gilt auch für zahlreiche Spielfilme. Der Spielfilm „Luther“ kann eine wichtige Rolle bei der Erarbeitung des Unterrichtsthemas „Reformation“ spielen. Die entsprechende DVD aus der Reihe „educativ“ des Anbieters Matthias-Film bietet neben der Filmebene weitere historische und aktuelle Quellen zur Vertiefung des Themas inklusive der Öffnung zum Internet. Dabei kann ergänzendes, speziell für den Unterricht didaktisch und methodisch aufbereitetes Begleitmaterial auch medienkulturelle Aspekte aufzeigen.<sup>23</sup>

## Medienpräsentation als "Event"

Damit aus einem Kunstwerk ein Kulturgut werden kann, bedarf es angemessener Räume und geeigneter Präsentationsformen oder Anlässe, die die Begegnung und die Auseinandersetzung mit diesem Kunstwerk möglich machen. Anliegen der Medienkulturarbeit ist es zum einen, existierenden Räume der Medienkultur - wie Kinos, Galerien oder Ausstellungshallen - auch denjenigen zugänglich zu machen, die

<sup>23</sup> Weitere Informationen zur DVD unter: [www.DVD-educativ.de](http://www.DVD-educativ.de)

nicht selbstverständlich den Weg dorthin finden, insbesondere Kindern und Jugendlichen. Medienpräsentationen, inszeniert als besonderes Erlebnis – zum Beispiel ein Kinderkinofest mit thematischer Dekoration und Spielaktionen im örtlichen Kino oder Traumkino-Aktionen in Jugendfreizeitstätten – sind ein erprobtes Konzept.

Im Rahmen der Medienkulturarbeit selbst Räume zu schaffen und sie zielgruppenorientiert zu gestalten - zum Beispiel durch das Angebot eines Traumkinos im Medienzentrum - ist eine weitergehende Möglichkeit.

## Medienproduktion und aktive Medienarbeit

Klaus Koril, Medienzentrum Unna; Heike Wieneke, Medienzentrum Kreis Herford; Michael Arens, Medienzentrum Höxter; Martin Husemann, Medienzentrum Gütersloh; (Arbeitsgruppe: Medienproduktion / Aktive Medienarbeit)

Das Medienzentrum ist Koordinierungs-, Beratungs- und Unterstützungsstelle in technischen und pädagogischen Fragen für Schulen sowie für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren außerschulischer Bildungs- und Kulturarbeit.

Die praktische Arbeit mit Medien fördert sowohl die Kreativität als auch eine umfassende Medienkompetenz. Aktive, produktive Medienarbeit ist deshalb ein wesentlicher Ausgangspunkt der Medienkulturarbeit – siehe hierzu die Ergebnisse der Projektgruppe: Medienproduktion.

Indem sie eine Idee für eine eigene Medienproduktion entwickeln, diese vorbereiten und schließlich umsetzen, eignen sich Mädchen und Jungen sowie junge Erwachsene die Kenntnisse und Fertigkeiten an, diese Medien zu handhaben. Das Erstellen von Medien ist eine Form des Selbstaustdrucks und der Vermittlung von Botschaften. Im schulischen Zusammenhang ist darüber hinaus die Sicherung und Präsentation von Ergebnissen durch Medien etwas Selbstverständliches. Die Formen der Medienproduktion sollten möglichst zeitgemäß sein und den Gewohnheiten von Kindern und Jugendlichen sowie verbreiteten technischen Standards entsprechen. Pädagoginnen und Pädagogen sind in diesem Punkt in der Regel dankbar für Unterstützung durch externes medientechnisches und –pädagogisches Know-how.

Die Angebote des Medienzentrums im Bereich Medienproduktion und aktive Medienarbeit können je nach örtlicher Schwerpunktsetzung und den ermittelten Bedarfen ganz unterschiedlich aussehen. Hier ergeben sich vielfältige Überschneidungen mit den anderen Modulen:

- Bereitstellung oder Verleih von technischen Geräten (vgl. Support / Medientechnische Unterstützung) und / oder entsprechender Software - zum Beispiel im Rahmen einer Medienwerkstatt mit Schnittplätzen für die Erstellung eigener Videos (vgl. Lern- und Veranstaltungsort),



- Qualifikation von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren (vgl. Lern- und Veranstaltungsort),
- technische und pädagogische Beratung von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren vor der Durchführung eigenen Angebote (vgl. Medienberatung und Fortbildung),
- Durchführung von eigenen Projekten: zum Beispiel im Rahmen von Kinoveranstaltungen wie Kinderkinofesten oder Wettbewerben wie zum Beispiel den Netdays,
- Erstellen eigener Medienproduktionen wie zum Beispiel Dokumentationen von Schulfesten oder Theateraufführungen,
- Präsentation von (multimedialen) Beiträgen über einen Bildungsserver (vgl. Informationsmanagement).

### Handlungsfelder

Im Rahmen der Medienproduktion ergeben sich schwerpunktmäßig folgende Handlungsfelder:

- Technische und didaktische Unterstützung beim Erstellen audiovisueller Produkte und Vermittlung verschiedener Aufnahme- und Schnitttechniken (Trickbox etc)
- Erstellen und Gestalten von Internetseiten
- Initiieren und Betreuen multimedialer Internetprojekte
- Angebot Präsentationsprogramme zu erlernen und zu nutzen (PowerPoint, StarOffice, etc.)
- Arbeit mit Autorensystemen (CMS, Mediator, etc.)
- Information über Einsatzmöglichkeiten aktueller Medientechnik (Hardware) in Schule und außerschulischem Bereich
- Erstellen von Schulradiosendungen
- Kooperation mit den Offenen Kanälen
- Betreuung sowie technische und didaktische Unterstützung der Nutzer der Offenen Kanäle
- Aufbau von Bilddatenbanken und deren Nutzung über das Internet im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten wie z.B. Produktion und Sammlung von landeskundlichen Medien
- Konzeptentwicklung zur Implementierung von Medien in Unterrichtsprojekte (z. B. Medienwettbewerbe, Medientage) und in die außerschulische Kinder- und Jugendarbeit

In vielen Medienzentren gibt es ein solides, gewachsenes Know-how im medientechnischen Bereich, das mit einer hochwertigen technischen Ausstattung verbunden ist. Beides muss kontinuierlich weiterentwickelt, qualifiziert und erneuert werden. Durch die enge Verzahnung mit pädagogischen Aufgaben (in Schule, Fort- und Weiterbildung) können diese Ausstattung und das Know-how unter einem Dach – dem kommunalen Medienzentrum – optimal im Rahmen eines kommunalen Medienservice den unterschiedlichen Zielgruppen angeboten werden.

## Der "Hammer Oskar"

Dagmar Riekenberg, Medienzentrum Hamm

Seit 1995 veranstaltet das Medienzentrum Hamm einen lokalen Videowettbewerb. Kooperationspartner sind der Film- und Videoclub Hamm-Herringen 65 e.V., der Offene Kanal Hamm e.V., seit 1997 die Filmtheaterbetriebe Nieuwdorp, seit 1999 das Krankenhausfernsehen der St. Barbara-Klinik sowie seit 2003 das Jugend-Internetportal h.o.t.. Jedes Jahr wird der Wettbewerb zu einem offen formulierten Thema im Februar ausgeschrieben. Themen waren z.B. „Eiszeit“, „Brennpunkt Hamm“ und „Stadtgeschichten“.

Eingereicht werden können Spielfilme oder Dokumentationen, deren Laufzeit nicht mehr als 10 Minuten betragen darf. Es gibt keine Teilnehmerbeschränkung. Schulklassen, Gruppen aus dem Jugendheim oder der Kirchengemeinde haben genauso interessante Filme produziert wie Einzelpersonen, Jugendliche oder auch Senioren.



Das Medienzentrum schreibt den Wettbewerb nach Absprache mit den Kooperationspartnern aus. Das geschieht anhand eines Faltblattes mit Informationen über das aktuelle Thema und natürlich durch Öffentlichkeitsarbeit über die lokale Presse und den Radiosender. Unterstützung, Beratung und Equipment erhalten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer vom Medienzentrum, der Medienberatung NRW und vom Offenen Kanal.

Oft erstellt eine im Offenen Kanal aktive Gruppe Trailer, die auf den Wettbewerb hinweisen und zur Teilnahme aufrufen. Diese Trailer sind in einem Jahr auch mit einem Sonderpreis bedacht worden, da sie sehr originell, lustig und filmisch sehr gut waren.

Der Abgabetermin für die Beiträge ist für Ende Mai/Anfang Juni anberaumt. Danach tritt unter der Moderation des Medienzentrums die Jury zusammen, die aus Vertreterinnen und Vertretern der Kooperationspartner, Gewinnern der letzten Wettbewerbe und - abhängig vom Thema - weiteren Vertretern und Vertreterinnen der Stadt Hamm besteht.

Die Jury orientiert sich an einem vorbereiteten und erprobten Beurteilungsraster, das die filmische Umsetzung einer Idee, den Einsatz von Stilmitteln, den Schnitt, die Vertonung etc. bewertet. Sie vergibt die Preise, die von den Kooperationspartnern gestiftet werden. Der erste Preis ist vom Krankenhausfernsehen mit 75 Euro dotiert, den zweiten und dritten Preis über 50 und 25 Euro finanziert das Medienzentrum. Das Internetportal h.o.t. verleiht den „HOT-Pott“ mit Überraschungen für die interessanteste Produktion, die von Jugendlichen erstellt wurde.

Für besonders interessante Arbeiten werden oft weitere Sonderpreise vergeben. Dies sind zum Beispiel Eintrittskarten für eine Kinovorstellung oder ähnliches. Vom Filmtheater CinemaxX wird der Sieger des Jahres außerdem mit dem „Hammer Oskar“ geehrt; einer Figur die dem amerikanischen Oscar nachempfunden ist. Alle Teilnehmerinnen, Teilnehmer und Gruppen erhalten eine Urkunde und einen kleine Anerkennung (eine Blume, einen kleinen Stadtplan, eine Süßigkeit) abhängig vom jeweiligen Thema.

Die Preisverleihung findet unter der Moderation des Medienzentrums in einem Kino statt; die Atmosphäre gleicht einem kleinen Kinofest. Der Eintritt ist frei. Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer des aktuellen Wettbewerbs und der vergangenen Jahre werden eingeladen, ebenso die Ex-Jurymitglieder. Das Medienzentrum trägt die Kosten aus seinem Veranstaltungshaushalt.

Alle eingereichten Filme werden im Kino gezeigt. Da oft Mitglieder des Film- und Videoclubs am Wettbewerb teilnehmen, ist der Filmclub in der Jury nicht vertreten. Er übernimmt die technische Betreuung der Präsentation.

Die Gruppen und Einzelpersonen werden jeweils mit einem Foto vorgestellt; die Gesamtpräsentation in einen ansprechenden Rahmen gebettet und per Beamer auf die Leinwand gebracht.

Die Ermittlung des Publikumspreisträgers erfolgt bei der Veranstaltung. Oft bestimmt das Publikum einen anderen Film zum Preisträger als den, den die Jury gewählt hat. Er ist ebenfalls mit 50,00 EURO dotiert und wird vom Offenen Kanal vergeben.

Die Preisverleihung übernimmt oft eine geladene Person, wie der Bürgermeister oder der Dezernent der Stadt. Bei der Veranstaltung werden die Begründungen für die Preis-Vergabe verlesen und den Gewinnern mit überreicht. Presse, Fotograf und lokales Radio sind ebenfalls eingeladen und berichten.

Die zukünftigen Wettbewerbe werden nicht mehr allein für das Medium Video ausgeschrieben. Seit 2004 wurde der Video-Wettbewerb auf Multimedia-Präsentationen erweitert. In Zukunft wird der Wettbewerb den generellen Titel „Der Hammer Oskar“ tragen. Sonderformen, wie der vergangene Zusatzwettbewerb „Stadtansichten“, in dem in drei Minuten ein Thema bearbeitet werden sollte, werden erneut angedacht. Trickboxx-Geschichten sollen 2005 eine Rolle spielen, Fotoreportagen o.ä. sind ebenfalls möglich.

Alle Beiträge werden vom Sender des Offenen Kanals und vom Krankenhausfernsehen ausgestrahlt.

Weitere Informationen und Fotos zu den Wettbewerben von 2002 bis 2004 gibt es unter [www.medienzentrum.schulnetz.hamm.de](http://www.medienzentrum.schulnetz.hamm.de) unter „Berichte“.

## Medienvermarktung und Öffentlichkeitsarbeit

Medien können nur dann zum Bestandteil der Medienkultur in der Region werden, wenn sie auch bekannt sind. Deshalb kommt der Öffentlichkeitsarbeit des Medienzentrums eine zentrale Aufgabe zu.

Aktivitäten im Bereich Medienkulturarbeit sind gut geeignet, ein positives Image des Kreises, der Stadt oder der Gemeinde – und damit auch des Medienzentrums als veranstaltender Dienststelle – zu prägen.<sup>24</sup>

Deshalb sollten die Angebote immer einer breiten externen aber auch der „internen“ Öffentlichkeit – in Verwaltung und Politik – bekannt gemacht werden. Das Medienzentrum, das in einer Vielzahl von Initiativen und Projekten vor Ort engagiert ist, wird sowohl von der Bevölkerung als auch von Entscheidungsträgern in der Kommune als wichtige Institution im Bereich Kultur und Bildung wahrgenommen. Medienkulturarbeit braucht Vernetzung auch über die eigene Region hinaus.

## Medienzentren als Kooperationspartner

Durch die Verzahnung mit anderen Bildungseinrichtungen vor Ort präsentiert sich die Medienbildungslandschaft dem Interessenten und der Interessentin in der Region als schlüssiges Ganzes. In der Medienkulturarbeit spielt die Kooperation eine besondere Rolle, denn jedes einzelne Angebot wirkt im Verbund stärker. Medienkulturarbeit zeichnet sich auch dadurch aus, dass die kulturelle Bedeutung verschiedener Medien, vom Spielfilm über Fotos zu Internetangeboten gleichermaßen deutlich wird, doch sollte die Verbindung zur darstellenden und bildenden Kunst auch aufgezeigt und dem Bürger, der Bürgerin vermittelt werden.

Eine Ausstellung im Museum kann durch ein Filmangebot des Medienzentrums, eine Veranstaltungsreihe der Volkshochschule zu einer stärkeren Beachtung kommen; für die Veranstalter kann eine gemeinsame Werbung zudem Kosten reduzieren.

Eine Zusammenarbeit kann aus organisatorischen Gründen, aufgrund von gleichen Arbeitszusammenhängen oder aufgrund von thematischen Gemeinsamkeiten entstehen.

Das Medienzentrum kann auch anderen Einrichtungen die Zusammenarbeit anbieten. Durch die medientechnische und –pädagogische Unterstützung anderer Einrichtungen gewinnt das Medienzentrum - über seine originäre Aufgabe hinaus - im kommunalen Kontext an Bedeutung. Das im Medienzentrum gebündelte Know-

<sup>24</sup> Ein herausragendes Beispiel dafür sind die Kinderfilmfeste, die an vielen Orten in Nordrhein-Westfalen auch von den Medienzentren initiiert und getragen werden: [www.nrw-kinderfilmfeste.de](http://www.nrw-kinderfilmfeste.de)

how, die technische Ausstattung und die Medienbestände werden so optimal zugänglich und nutzbar gemacht und die Aktivitäten anderer Institutionen ergänzt, gestützt und gefördert. Für das Medienzentrum bietet das die Möglichkeit, sich weiter als Medienkompetenzzentrum zu profilieren.

## Medienkulturarbeit konkret

Wie die Medienkulturarbeit eines Medienzentrums konkret aussieht, hängt wesentlich von den Bedingungen vor Ort ab. In einem ländlichen Kreisgebiet herrschen andere Gegebenheiten vor als in den großen Städten des Landes. Die folgenden Beispiele können daher nur als Ideensammlung dienen. Die große Anzahl von Beispielen dokumentiert die Vielfalt und bietet den Medienzentren, die sich in der Kulturarbeit engagieren möchten, Ideen und Hinweise für die Durchführung.

Titel und Themen möglicher Veranstaltungen

### Thema: Film

- Film im Kinozelt (100 Jahre Kino)
- Kino auf Rädern für Senioreneinrichtungen
- Open-Air-Kino an interessanten oder ungewöhnlichen Orten mit zum Ort passenden Filmen
  - Schlossgarten
  - Burghof
  - Eisenbahndepot
  - Wasserturm
  - Freibad
  - Denkmal
- Kinderkino
  - im Medienzentrum
  - in der Schule
  - im Kindergarten
  - in der Bibliothek ...
- Kinderfilmfest
  - im Kino
  - in der Bücherei
  - im Jugendzentrum
  - in der Schule als Ferienprogramm
- Stummfilm mit Live-Musik
- Ferienspaßangebote
  - Filmnacht für Kinder
  - mit Begleitprogramm, mit Übernachtung
- Filmfrühstück als Matinee am Wochenende, in den Ferien
- Krankenhaus-Kino für kranke Kinder
- die 50er/60er/70er Jahre im Lehrfilm, im Spielfilm in Kooperation mit dem Museum
- Nationalsozialismus und Kino, Propaganda im Film... in Kooperation mit der Volkshochschule

- Zusammenstellung von Themenreihen für Spielfilme wie Ausländer im Film, Film im Film, Reise durch Europa, Eine/Dritte Welt im Film ... in Kooperation mit dem Kommunalen Kino

#### **Thema: Produktion**

- Video- oder Multimediawettbewerb zu einem weit gefassten Thema mit Preisen, Präsentation, Publikumspreis
- Filmfest mit eigenen Produktionen
- Senioren machen Programm – Erstellung einer Magazin-Sendung für den Offenen Kanal (TV oder Radio)
- „Ran an neue Medien!“ Jugend Informations-Portal erstellen mit Kulturtipps, Neuigkeiten in der Szene, Film- und Musiktipps
  - in Kooperation mit dem Jugendzentrum
  - dem Jugendverband
  - der Ganztagschule...
- „Neue Medien aktiv“ Homepageerstellung zu frei gewähltem Thema
  - für interessierte Gruppen
  - in Arbeitsgruppen
  - als Ferienaktion
- „Film verstehen – vom Daumenkino zur Videoproduktion“
  - Aktionen in Kindergarten und Grundschule (Offene Ganztagsgrundschule)
- „Film verstehen – die TrickboxX macht's möglich“

#### **Fortbildungen**

- Für Medieninteressierte allgemein:
  - Bereich Produktion:
    - Videoproduktion
    - Erstellung von Fotogalerien im Internet
    - Interviewführung im Radio...
  - Bereich Rezeption
    - Filmanalyse
    - Filmreihen
    - Filmfeste
    - Open-Air-Kino...
- Medienpädagogische Angebote für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren
  - mögliche Arbeitsfelder:
    - Offene Ganztagsgrundschule
    - Jugendtreff
    - Kindertagesstätte
  - mögliche Themenschwerpunkte
    - Literaturverfilmung
    - Kurzfilm
    - Filmanalyse
    - Gameboy & Co
    - Spielsoftware und Spielen im Netz

#### **Medien-Archiv**

- Sammlung lokaler Bild- und Filmmaterialien sowie mundartlicher Radio- und Fernsehsendungen
- Angebot an Spiel-, Dokumentar-, Kurzfilmen im Medienzentrum von Klassikern bis zu aktuellen Produktionen
- Unterstützungsangebot für Filmveranstaltungen (Regelung der Vorführrechte über Videma-Lizenzen)

#### **Aufbau eines Informationsnetzwerkes "Medienkulturarbeit"**

- Verlinkung von Homepages
- Gegenseitiger Austausch von Newslettern

#### **Orte der Medienkulturarbeit**

Orte für Aktivitäten der Medienkulturarbeit ergeben sich aus den Aktionen und den Kooperationspartnern. Es gibt die traditionellen Orte wie das Medienzentrum selbst oder Schulen, Kindergärten oder -tagesstätten und Jugendzentren. Weitere mögliche Veranstaltungsorte sind

- Kino, gewerblich oder ggf. kommunal
- Museum (anlässlich von Ausstellungen), Galerie
- Volkshochschule
- Krankenhaus
- Bücherei
- Kurpark
- Schloss, Burg
- Seniorenheim
- Kirchen
- öffentliche Plätze
- Jugendkunstschule
- Musikschule
- Foyer der Sparkasse oder des Rathauses
- Archiv...

#### **Kooperationspartner**

Mögliche Kooperationspartner im Rahmen der Medienkulturarbeit sind neben den städtischen Institutionen grundsätzlich alle kulturell aktiven Einrichtungen und Personen einer Gemeinde oder eines Kreises - vom Kunstverein über den Filmclub bis zum Berufsverband. Auch auf den ersten Blick weniger nahe liegende Partner und Sponsoren bieten sich an - zum Beispiel die örtliche Brauerei bei der Ausstattung mit Bänken oder der regionale Energieversorgungsbetrieb für die Sicherstellung der Stromversorgung.

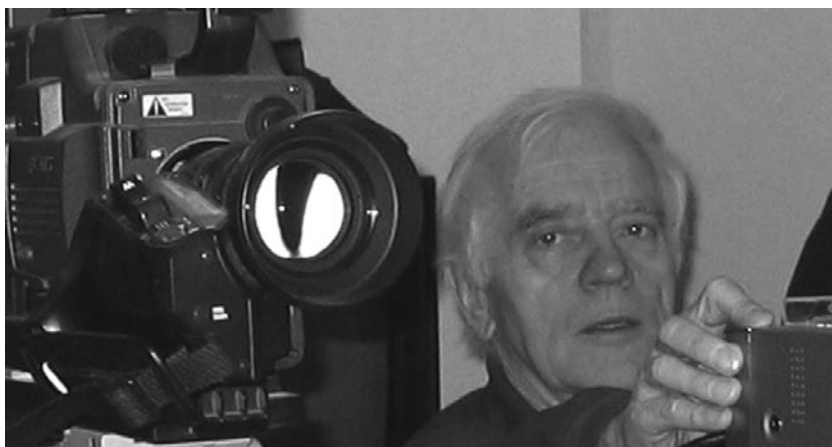
## „Kino macht Lust auf mehr...“

Elisabeth Janke, Medienzentrum Kreis Lippe

Seit etwa 13 Jahren bildet der außerschulische Bereich für das Medienzentrum Lippe einen wichtigen Arbeitsschwerpunkt. Die medienkulturellen Angebote richten sich an verschiedene Zielgruppen und haben stets Pilotcharakter. Das Medienzentrum gibt den Anstoß für medienpädagogische Arbeit mit Senioren, mit Mädchen, mit Kindergartenkindern und weiteren Zielgruppen.

### Kino im Seniorenheim:

Der Einstieg in dieses Projekt, das mittlerweile zum Selbstläufer geworden ist, gelang durch das Angebot von Filmnachmittagen in einem Seniorenheim des Kreises. Die ersten Vorführungen wurden vom Medienzentrum pädagogisch und organisatorisch begleitet. Die Beschäftigungstherapeutinnen und -therapeuten wurden in die Handhabung der Technik eingewiesen und übernahmen diese Aufgabe später selbst. Die Erfahrungen aus der gemeinsamen Vor- und Nachbereitung wurden im Rahmen einer Fortbildungsveranstaltung vom Medienzentrum auch an andere Senioreneinrichtungen weitergegeben. Dieser Fortbildungstag bot allen Seniorenheimen die Gelegenheit, einen Filmvorführschein zu erwerben, Kriterien für die Filmauswahl zu erarbeiten, den nicht-kommerziellen Verleih kennen zu lernen und Anregungen für die Gestaltung des Nachmittags zu erhalten (vom Filmplakat bis zur Popcornmaschine).



Seitdem hat sich der Bereich „Senioren-Kino“ verselbständigt. Die Einrichtungen entleihen Geräte und Medien und führen interessante und ansprechende Filmprojekte durch. Neben dem Wunsch nach Filmklassikern (insbes. Filme mit Rühmann und Albers) werden auch Lehrfilme aus dem Angebot des Medienzentrums

gezeigt. Städte- und Landschaftsfilme, Tierfilme aber auch Filme zu historischen Ereignissen oder naturwissenschaftlichen Themengebieten werden von den Senioreneinrichtungen nachgefragt.

In einigen Einrichtungen ist der Wunsch nach aktiver Medienarbeit gewachsen; sie begleiteten ihre Ausflüge mit der Kamera und präsentierten die Filme den Heimbewohnerinnen und -bewohnern. Für umfangreichere Vorhaben baten einige Einrichtungen um Unterstützung. Das Medienzentrum konnte erfolgreich Kontakte zu Schulen vermitteln, aus denen weitere, Generationen übergreifende Projekte entstanden.

### Mädchenkino im Jugendzentrum

Das Projekt „Mädchenkino“ wurde entwickelt, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Jugendzentren im Kreisgebiet Anstoß und Anregungen zu geben, medienpädagogische Angebote speziell für Mädchen zu entwickeln. Am Anfang stand wiederum ein beispielhafter Filmabend für Mädchen. Er wurde gemeinsam mit der Mädchengruppe eines Jugendzentrums vorbereitet. Die Mädchen wählten selbst den Film aus, der inklusive der erforderlichen Technik über das Medienzentrum bereitgestellt wurde. Mit viel Elan und tollen Ideen dekorierten sie den Raum passend zum Film. Im Anschluss an die Vorführung gab es eine Diskussionsrunde, die durch kreative Angebote ergänzt wurde.

Der Filmabend war für alle Beteiligten ein Erfolg. Eine gute Pressearbeit mit Vorkündigung und Berichterstattung weckte Interesse in anderen Jugendzentren, so dass das Projekt nach einer gemeinsam mit dem Jugendamt durchgeführten Fortbildung für Jugendzentrums-Mitarbeiterinnen viele „Nachahmerinnen“ fand.

### „Adventskino 2004“

Mit einem kleinen Kino-Programm mit unterschiedlichen Kurzfilmen („Lotta – ein Weihnachtsbaum muss her“, „Der Schneemann“, „Michels Weihnachtsfest“) wurden in der Adventszeit Kindergärten und Kindertagesstätten mit Gruppen von bis zu 25 Kindern ins Medienzentrum eingeladen. Die Kinder erlebten Kinderkino im adventlich dekorierten Raum mit anschließender thematisch passender Bastelaktion. Die Erzieherinnen konnten die Gelegenheit nutzen, das Medienzentrum kennen zu lernen und Anregungen für weitere medienpädagogischen Projekte in ihrer Einrichtung mitzunehmen.

Der Erfolg für alle Beteiligten an der gelungenen Veranstaltungen ist deutlich am gestiegenen Interesse der Erzieherinnen und Erzieher für medienpädagogische Arbeit abzulesen. Sie informierten sich auch über die Auswirkungen von Fernsehen und Videospielen, möchten den Umgang mit Video- und Digitalkamera erlernen und sich über Computernutzung und gute Software informieren.

Die Kindergärten und –tagesstätten, die durch die Diskussion um den Bildungsauftrag pädagogisch neu gefordert sind, haben durch das Adventskino einen

Einstieg in medienpädagogische Themen gefunden und wichtige Anregungen erhalten, sich diesem Bereich zu stellen.

## 6 Informationsmanagement

Friedhelm Görts, Medienzentrum Krefeld; Bernd Gohlicke, Medienzentrum Märkischer Kreis; Heike Wieneke, Medienzentrum Kreis Herford; Frank Asselborn, Medienzentrum Kreis Wesel; Heinz-Ulrich Leistner, Medienzentrum Kreis Wesel (Arbeitsgruppe Informationsmanagement)

### Informationsmanagement im Feld kommunaler Medienarbeit

Die Arbeit mit Medien für alle oben beschriebenen Zielgruppen im schulischen und außerschulischen Bereich braucht Unterstützung und Information.

Ein Medienzentrum, in dem medienpädagogisches, -technisches und organisatorisches Know-how gebündelt wird, kann die kommunale Anlauf- und Verteilerstelle für alle Informationen zum Medieneinsatz in Schule und außerschulischer Bildungsarbeit sein.

Es ist die selbstverständliche Aufgabe eines Medienzentrums, über Medien, ihren pädagogischen Einsatz, aktuelle Medienangebote, über Veranstaltungen, neue Entwicklungen und vieles andere mehr zu informieren. Damit dieses gezielt, verlässlich und Zielgruppen orientiert erfolgt, bedarf es eines durchdachten Konzeptes, einer sorgfältigen Planung und der entsprechenden angemessenen Realisierung.

Entscheidend für diese Planung ist die Beantwortung folgender W-Fragen:

**Wer informiert**  
**wen**  
**wann**  
**wie**  
**worüber?**

Ein konzeptionell durchdachtes Informationsmanagement im Medienzentrum erfordert

- Gute Kenntnis der lokalen Voraussetzungen
- Kenntnis der gesetzlichen Grundlagen
- Basiskenntnisse aus der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Hauptaufgabe eines so verstandenen Informationsmanagements ist es, (vorhandene) Informationskanäle so zu gestalten, dass gebündelte Informationen gezielt weitergegeben werden können. Dazu sind entsprechende Qualifikationen und die richtigen Werkzeuge/Medien erforderlich. Die Wahl der Werkzeuge wird durch die jeweiligen örtlichen Bedingungen bestimmt.

Wozu einen Schulserver einrichten, wenn die Schulen der Kommune(n) nicht vernetzt sind? Warum Fortbildungsangebote mit Plakaten bekannt machen, wenn diese das Lehrerzimmer nie erreichen oder Vervielfältigungs- und Transportkosten in keinem Verhältnis stehen zu dem Zuspruch, der auch durch Werbung mit Rundmails erfolgt?

Man könnte von einem Regelkreis sprechen, dessen Effizienz durch die lokal anzutreffenden bzw. geschaffenen Voraussetzungen bestimmt wird.

## Grundlagen

Die Planung und Realisierung eines Informationssystems im Bereich kommunale Medienarbeit sollte auf mehreren Säulen ruhen:

### Relevante Gesetze, Verordnungen und Traditionen

Neben den allgemeingültigen Rechten, Gesetzen und Normen wie die Verfassung und das Bürgerliche Gesetzbuch sind hier vor allem die Pressegesetzgebung, das Urheberrecht<sup>25</sup> in seiner jeweils aktuellen Fassung und für Internetseiten zusätzlich die Verordnung zur Barriere freien Informationstechnik („BITV1“)<sup>26</sup> sowie das Impressumsrecht<sup>27</sup> zu nennen.

Für die Wahl geeigneter Informationswege greifen möglicherweise auch Vorschriften aus dem Dienstrecht, dem Schulrecht und dem Ortsrecht. Dabei sollte auch bedacht werden, wie die Zielgruppen in der Vergangenheit informiert wurden, wie sie am effektivsten zu erreichen sind und welche geübten Informationsverfahren in der Kommune, dem Kreis oder im Hinblick auf bestimmte Zielgruppen üblich sind. Hilfestellung bei der Klärung solcher Fragen können in der jeweiligen Körperschaft in der Regel die entsprechenden Ansprechpartner im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie eigene Justiziere geben. Sehr nah an den Alltagsproblemen von Schule informiert das Rechtsportal von Lehrer-online<sup>28</sup> über häufig auftretende Rechtsfragen – wie zum Beispiel zur Veröffentlichung von Bildern, der Einrichtung einer (Schul-)Homepage und vieles andere mehr. Hier sind auch Mustertexte für unterschiedliche, rechtlich abzusichernde Veröffentlichungen zu finden.

25 z.B.: [www.urheberrecht.org](http://www.urheberrecht.org)

26 Die Behinderten Informationstechnik Verordnung (BITV), die im Juli 2002 in Kraft getreten ist, verpflichtet alle öffentlichen Einrichtungen, ihre Internet-Auftritte bis spätestens zum Jahr 2005 barrierefrei zu gestalten. Verordnung, Anforderungen und weitere Informationen unter: [www.einfach-fuer-alle.de](http://www.einfach-fuer-alle.de)

27 Siehe § 6 Teledienstegesetz (TDG) und § 10 Mediendienste-Staatsvertrag (MDStV), siehe auch: [www.impressum-recht.de](http://www.impressum-recht.de)

28 [www.lehrer-online.de](http://www.lehrer-online.de); Rubrik: Recht

### Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Um den Informationsfluss im Bereich kommunale Medienarbeit Kunden orientiert und effektiv zu gestalten, bedarf es einiger Kenntnisse im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Deshalb empfiehlt es sich, die zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in diesem Bereich zu qualifizieren. Geeignete Fortbildungen bieten die Kommunen häufig im Rahmen der Mitarbeiterschulung selbst an.

### Lokale Voraussetzungen

Um zu planen, wie das Medienzentrum seine Zielgruppen gezielt und effektiv informiert, müssen die Rahmenbedingungen vor Ort genau erkannt und berücksichtigt werden. Die folgenden Fragen bieten dazu eine Hilfe.

#### > Fragen zur Klärung struktureller Aspekte

- Handelt es sich um einen Kreis oder eine kreisfreie Stadt?
- Welcher Verwaltungseinheit (Dezernat oder Amt) ist das Medienzentrum zugeordnet?
- Welcher Kundenkreis soll informiert werden?
- Welche Kundenkontakte bestehen bisher, welche wären wünschenswert?
- Wie ist die Postverteilung organisiert? Wie lange sind gedruckte Informationen voraussichtlich unterwegs?
- Gibt es einen Fahrdienst?

#### > Wie ist die Presse- und Publikationsarbeit des Medienzentrums organisiert?

- Lokal oder regional?
- Eigenverantwortlich oder über ein Presseamt?
- Bestehen Verbindungen zu lokalen regelmäßig erscheinenden Medien?
- Welche Art von Medien sind dies?
- Gibt es eine Corporate Identity (CI)<sup>29</sup>?

#### > Welche Ressourcen stehen zur Verfügung?

- Gibt es einen eigenen (Informations-)Etat? Wie hoch ist er?
- Welcher Anteil des (Gesamt-)Etats kann für Informationen ausgegeben werden?
- Welche technische Ausstattung steht zur Verfügung (Rechner, Software, usw.)?
- Welche Partner können und müssen einbezogen werden?
- Welche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen zur Verfügung? Über welche Qualifikationen verfügen sie? Wie sind sie für diese Aufgaben motiviert?

29 CI ist das formulierte Selbstverständnis eines Unternehmens. Sie besteht aus festgeschriebenen, bindenden Prinzipien für Verhalten, Kommunikation und Erscheinungsbild.

## Aufgabenfelder

Informationsmanagement lässt sich in drei große Aufgabenfelder gliedern:

- Aufbauen von Informationskanälen
  - Steuern von Informationen
  - Bündeln von Informationen
  - Erstellen von Informationen

### Informationskanäle aufbauen

Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten, die oben definierten Zielgruppen einer Kommune oder eines Kreises über Medienfragen zu informieren. Zum Teil werden sie selbstverständlich genutzt, doch das Bewusstmachen, das Strukturieren und gezielte Nutzen der Kanäle tragen dazu bei, das gesamte Informationsmanagement zu optimieren.

Das Medienzentrum kann Informationen mündlich, in gedruckter Form oder auf elektronischem Weg weitergeben. Immer entsprechend den derzeitigen und zukünftig abzusehenden örtlichen Voraussetzungen sollten möglichst alle drei Kanäle aufgebaut und adäquat genutzt werden.

Informationskanäle		
Elektronisch	Printform	Mündlich
E-Mail Homepage Bildungsserver CD - Rom	Medienbrief Broschüre Pressemitteilung Katalog	Besprechungen Sitzungen Konferenzen Fortbildungen

### Das Informationschaos strukturieren

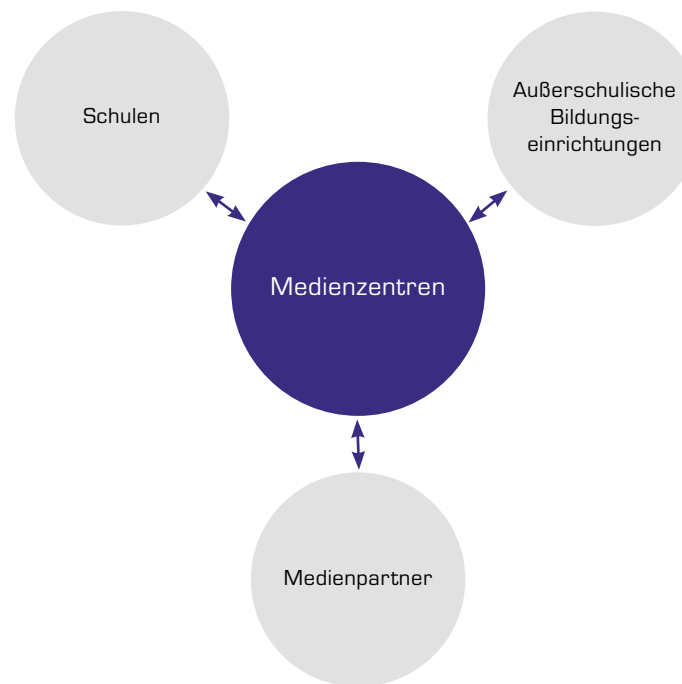
#### - Steuern, Bündeln und Erstellen von Informationen

Informationen über Bildungsmedien werden zum Teil wenig zielgerichtet gestreut. So bewirbt z.B. ein Medienproduzent sein Produkt zwar in Schulen, das Medienzentrum wird aber nicht informiert. Ein anderer wendet sich nur an einige handverlesene Schulleitungen und ein dritter scheint nach dem Zufallsprinzip vorzugehen.

So werden eine Fülle von Informationen weitergegeben, ein erheblicher Kostenaufwand wird betrieben, eine Reihe von Personen ist damit beschäftigt, die Informationen zu sammeln bzw. nach einem aufwändig erstellten Verteiler zu streuen. Der Erfolg dieser Vorgehensweise ist für die potenziellen Kundinnen und Kunden nicht arbeitserleichternd. Sie müssen sich Informationen zu Unterrichtsmedien häufig mühsam zusammensuchen oder sie nach dem Zufallsprinzip „finden“. Die Flut nicht zielgruppenadäquat verteilter Informationen kann zu Desinteresse und zum Untergehen von Wichtigem führen.

Das kommunale Medienzentrum kann in diesem Feld ein für alle Beteiligten geeigneter Partner sein: Schulen und außerschulische Bildungseinrichtungen können sich mit allen Anfragen zu Bildungsmedien an das Medienzentrum wenden. Hier liegen eine Vielzahl von Informationen bereits vor; können gegebenenfalls eingeholt werden oder die Kundinnen und Kunden werden gezielt weiter vermittelt. Umgekehrt wissen aber auch die Medienpartner, dass Ihre Informationen zuverlässig und effektiv an Interessierte in der Kommune weitergeben werden. Ein Hinweis durch das Medienzentrum sorgt so nicht nur für die Verteilung, sondern idealerweise auch für eine besondere Beachtung der Informationen durch die Zielgruppen.

### Idealer Informationsfluss über das Medienzentrum





Wann erscheint welches Publikationsmedium sinnvoll?									
Informationsart	Publikationsmedium								
	Medienbrief	Bro-schüre	Presse	Kata-log	CD	Home-page	Down-load	E-Mail	Server*
Aktuelles	x		x			x	x	x	x
Termine	x					x		x	x
Veranstaltungen	x		x			x			x
Eigen-produktionen	x			(x)	(x)	x	(x)		x
Medien-aktualisierung	x			(x)	x	x	x	x	x
Medienbestand				x	x	x	x		x
Selbst-darstellung	x	x			x	x	x		x

\* Server steht für (kommunaler) Bildungsserver

Das Medienzentrum bündelt die relevanten Informationen und verteilt sie über die genannten Kanäle. Die Publikationsmedien, die dazu zur Verfügung stehen (sollten), sind wiederum in hohem Maße abhängig von den regionalen Gegebenheiten. In welchem Umfang ein Medienzentrum beispielsweise einen Internetauftritt als Publikationsmedium nutzen kann, ist abhängig davon, ob es den unter Umständen engen Vorgaben der Kommune bezüglich des Speicherplatzes, der Darstellungsweise und der Benutzerführung unterliegt oder ob es einen eigenen Server unterhält.

Um die potenziellen Kommunikationspartner nicht mit einer ungeordneten Informationsflut zu konfrontieren, erscheint es sinnvoll, die anfallenden Informationen nach Dringlichkeit zu staffeln und sie den entsprechenden Periodika zu zuordnen.

Die Raster bieten eine Entscheidungshilfe für die richtige Wahl des Mediums und die Häufigkeit des Erscheinens.

### Voraussetzungen schaffen

#### Qualifikationen

Um Publikationen zu erstellen, sind neben Kenntnissen in der Text- und Bildbearbeitung eine Reihe von weiteren Qualifikationen erforderlich, die nicht unbedingt in jedem Medienzentrum vorhanden sind. Das folgende Raster bietet eine Übersicht über das benötigte Know-how, mögliche Qualifikationsdefizite können bestimmt und gegebenenfalls aufgehoben werden.

Zeitraster der Publikationsanlässe		
Medium/Anlass	regelmäßig erscheinend	aktuell
Medienbrief Medieninfo	x	x
Broschüre	(x)	x
Pressemitteilung		x
Katalog	x	
CD-ROM	x	
Homepage		x
Downloadfile		x
E-Mail		x

Für unterschiedliche Publikationen notwendiges Know-how						
Publikation	journa-listisches Know-how	grafische Grundlagen	digitale Medien-produktion	Katalogi-sierung	Webge-staltung	IT-Wissen
Medien-brief, -info	x	x				
Broschüre	x	x				
Pressemit-teilung	x					
Katalog	x	x	(x)	x		
CD-Rom		x	x	x	x	
Homepage	x	x	x		x	x
Download-file				x	x	x
E-Mail						x

Damit das Medienzentrum die beschriebenen Aufgaben im Bereich Informationsmanagement wahrnehmen kann, bedarf es eines Konzeptes, wie diese Qualifikationen sichergestellt werden können.

- Welche Profile decken eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ab?
- In welchen Bereichen können und müssen Qualifizierungsmaßnahmen erfolgen?
- Welches Know-how kann oder sollte von Externen (z.B. eine Grafikerin, die ein Musterlayout entwirft) eingebunden werden?

Im Bereich des technischen Know-hows sollte darauf geachtet werden, dass erforderliche Kenntnisse sich nicht bei einer Person konzentrieren, bei deren Abwesenheit alle Arbeitsabläufe still liegen würden. Das Qualifikationskonzept muss deshalb alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einbeziehen. Ferner gilt es Arbeitsabläufe gut zu dokumentieren, Vertretungsregelungen zu schaffen und regelmäßig für den Wissenstransfer durch interne/kollegiale Fortbildungen zu sorgen.

## Technik

Software								
Anlass	Textverarbeitung	Bildbearbeitung	HTML-Editor	DTP (auch TV) <sup>30</sup>	Content-manager	Medienverwaltung	CD-Producer	Mailer
Medienbrief Medieninfo	x	x		x				
Brochure	x	x		x				
Pressemitteilung	x	x						x
Katalog	x					x	x	
CD-ROM	x		(x)				x	
Homepage	x	x	x	x	x			
Downloadfile	x	x		x	x	x		
E-Mail		x						x

30 Professionelle Grafik-Programme

Um Informationsmedien erstellen zu können, braucht das Medienzentrum neben dem beschriebenen Know-how eine angemessene technische Ausstattung mit entsprechenden Hard- und Softwarekomponenten. Folgende Software sollte eingesetzt werden können.

Im Bereich von Grafik- und Bildbearbeitung muss inzwischen nicht mehr auf professionelle Programme zurückgegriffen werden. Mit üblichen Textverarbeitungs- und einfacheren Bildbearbeitungsprogrammen können – entsprechendes Know-how vorausgesetzt – mittlerweile Produkte von akzeptabler Qualität erstellt werden. Auch für die Erstellung einfacher Internetseiten sind inzwischen die meisten neueren Textverarbeitungsprogramme einsetzbar.

Anders verhält es sich mit Content-Management-Systemen (CMS)<sup>31</sup>. Diese sind eigentlich nur für umfangreichere Webauftritte zu empfehlen. Übersichtliche Internetsites sind auch auf herkömmliche Art pflegbar. Für die Anwendung von CMS sind zumindest rudimentäre Datenbank- und IT-Kenntnisse nötig, vor allem dann, wenn die Seiten auf dem eigenen Server gehostet<sup>32</sup> werden. Bei laienhafter – fehlerhafter Nutzung stellen Content-Management-Systeme ein erhebliches Sicherheitsrisiko dar. Zudem können CMS teilweise mit erheblichen Anschaffungskosten verbunden sein.

Einige besondere Bemerkungen verdienen Medienverwaltung, CD-Producer und Mailer.

Unter Medienverwaltung soll hier ein elektronisches Ablage- und Dateisystem verstanden werden, ein Programm, das Dateien und andere digitale Produkte nach einem festgelegten System verwaltet. Ein solches Produkt ist aufgrund der produzierten Datenmengen auch für kleinere Medienzentren unbedingt zu empfehlen, vor allem wenn die anfallende Arbeit Netz gestützt im Team erledigt wird und deshalb verschiedene Personen am gleichen Dokument arbeiten. Die Bedienung von CD- bzw. DVD- Brennprogrammen ist mit einer kurzen Einführung leicht zu erlernen.

Mailer sind Programme, die eine Vielzahl von E-Mails gleichzeitig an viele Empfänger senden, also einen digitalen Serienbrief erstellen. Ein solches Programm ist für ein Medienzentrum, das regelmäßig E-Mails an viele Empfänger sendet, sehr zu empfehlen. Mailer bieten auch die Möglichkeit, dass der Empfänger eines solchen Serienbriefs sich selbst aus der Empfängerliste streichen kann.

31 Content-Management-Systeme (CMS) meint alle Systeme, die in einer Website eine Trennung von (redaktionellen) Inhalten, also Texten und Bildern, und ihrer Präsentation in Gestalt eines Layouts und einer Navigationsstruktur ermöglichen. Durch diese Trennung wird es unter anderem möglich, den Betrieb umfangreicher Websites arbeitsteilig zu gestalten.

32 „Hosten“ bedeutet die Bereitstellung von Speicherplatz und Funktionen für Websites und andere Daten und Dienste auf einem Webserver.

Die erforderlichen Hardwarevoraussetzungen sind bei handelsüblichen Produkten in der Regel erfüllt. Lediglich im Bereich der Datenausgabe – Bildschirm und Drucker – sollten höherwertige Geräte zum Einsatz kommen. Zu einen gilt es die Vorschriften für Bildschirmarbeitsplätze einzuhalten. Zum anderen erübrigen sich durch die Möglichkeit, hochwertige Ausdrücke zu erstellen, ggf. hohe externe Druckkosten.

## Resümee

Je weiter ein Medienzentrum sich vom reinen Medienverleih entfernt, desto wichtiger wird die Information der Kunden und Partner über die im Medienzentrum angebotenen weiter gehenden Dienstleistungen. Die gezielte Information der eigenen Kunden über relevante medienpädagogische oder –technische Themen ist durch die wachsende Komplexität dieses Feldes selbst eine wichtige Dienstleistung im Bereich kommunaler Medienarbeit.

Unabhängig davon, in welchen Bereichen sich die kommunale Medienarbeit profiliert, ist im Rahmen der jeweiligen Schwerpunkte und Ressourcen unabdingbar:

- Informationen zu bündeln und Informationskanäle zu schaffen,
- Publikationsanlässe zu strukturieren und vorhandene Qualifikationen zu erfassen,
- bei Neuanschaffungen von Hard- und/oder Software ihre Verwertbarkeit im Hinblick auf die Publikationserstellung zu überprüfen und
- die vorhandenen Informationsstrukturen regelmäßig zu reflektieren und weiter zu entwickeln.

## Gütersloher Bildungsserver

### “Ich bin dabei – Lernen im Netzwerk Gütersloh”

Martin Husemann, Medienzentrum Kreis Gütersloh

Der Gütersloher Bildungsserver schulen-gt ist ein Portal für Lehrkräfte, Schülerinnen und Schüler sowie für Eltern. Er will Schulen, außerschulische Partner und Bildungsakteure im Kreis Gütersloh zusammenführen. Das Konzept ermöglicht gemeinsames Arbeiten und Kommunizieren in einem Netzwerk. Ein zentrales Tool sind dabei virtuelle “Arbeitsmappen” und Lernräume.

Der Server wurde von engagierten Lehrkräften im Rahmen eines InfoSchul-Projektes aufgebaut, die dabei durch die Sparkassen im Kreisgebiet unterstützt wurden. Nach Abschluss des befristeten Projektes konnte das Medienzentrum Gütersloh den Server inklusive der bereits weiterentwickelten Software übernehmen. Der noch junge Bildungsserver wurde darauf bei den Lehrerinnen und Lehrern im Kreis weiter bekannt gemacht, und es wurde für eine aktive Nutzung geworben. Dazu startete das Medienzentrum - wiederum mit Unterstützung der Sparkassen - den Wettbewerb „Ich bin dabei – Lernen im Netzwerk Gütersloh“. Idee und Konzept des Wettbewerbs entwickelte das e-team im Kreis. Das Medienzentrum übernahm als “back-office” die Organisation und die Öffentlichkeitsarbeit.



Vom April bis Oktober 2004 lud der Wettbewerb alle Schulen des Kreises dazu ein, weitere Projekte mit und auf dem Bildungsserver Gütersloh zu erstellen und einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren.

Dabei sollte der Bildungsserver als Forum für gemeinsames Arbeiten und Kommunizieren innerhalb einer Arbeitsgruppe, aber auch für schulübergreifendes kooperatives Lernen genutzt werden. Es wurden Projekte und Dokumentationen aus der Unterrichtspraxis, die multimedial präsentiert oder unter Verwendung der Neuen Medien entstanden sind, gesucht. Dabei ging es nicht nur um die gelungene Umsetzung einer Idee, sondern auch um Kreativität, Individualität, die Verwendung von selbst erstelltem Material und um Teamarbeit. Selbstverständlich erhielten alle teilnehmenden Schulen vor und während der Wettbewerbsphase auf Wunsch vom e-team individuelle Beratung.

Um möglichst viele Lehrkräfte anzusprechen, die Arbeit in möglichst vielen Fächern, Schulformen und -stufen zu ermöglichen und gleichzeitig Impulse zu geben, wurden folgende Kategorien vorgegeben:

Berufe und Wirtschaft: Was ist mein Traumberuf? – Was habe ich in meinem Praktikum erlebt? – Welche Berufsvorstellungen habe ich? – Für welche Ausbildungsstelle interessiere ich mich, was kenne ich schon und was möchte ich noch wissen? Beschreibt euren Weg in die Berufswelt!

Lesen und Schreiben: Wir schreiben uns mit einer Partnerklasse – Ein Lexikon zum Klicken – Wir schreiben eine Fortsetzungsgeschichte – Mein Lieblingsbuch – Klassenzeitung online – Chatten mit einem Schriftsteller – Leseumfrage in der Schule – Fotogeschichten – Schreibkonferenzen online.

Kreis Gütersloh – meine Umwelt: Was ist los in deiner Stadt? – Ein Spielplatz nach Wunsch – Wir erstellen ein interaktives Quiz über unsere Stadt – Wie sieht unsere Traumschule aus? – Unser Kreis im Internet – Bäche vor unserer Tür – Wo essen wir am liebsten? – Unser Stadtteil gestern – heute – morgen.

Experimente: Physik, Chemie, Sachunterricht, Mathematik, Technik, aber auch Musik und Kunst – Experimente gibt es in vielen Bereichen deiner Umwelt – Wie lässt sich der Computer kreativ einsetzen? – Warhol am PC – Physikalische Experimente mit einfachen Mitteln – Das kannst du auch.

Es entstanden – einschließlich mehrerer Lerntagebücher – 29 teilweise sehr anspruchsvolle Projekte aus Grundschulen, Hauptschulen, Realschulen, Gesamtschulen und Gymnasien (Sekundarstufen I und II). Darunter waren Powerpoint-Präsentationen aus dem Sach-, Sprach- und naturwissenschaftlichen Unterricht, Online-Schülerzeitungen, aber auch Elfchen, die in Form kleiner Filme von einer ersten Klasse illustriert wurden. Alle Wettbewerbsbeiträge können auf dem Gütersloher Bildungsserver unter [www.schulen-gt.de](http://www.schulen-gt.de) → "Archiv abgelaufener Projekte" angeschaut oder als CD im Medienzentrum erworben werden.

Die Wettbewerbs-Jury mit je einem Vertreter des Kreises, eines Schulträgers, der Stadtstiftung, des Hauptsponsors, des e-teams, der Schulaufsicht, der El-

tern- und der Schülerschaft, sichtet die Beiträge und ermittelte die Preisträger. Die Sparkassen aus dem Kreis Gütersloh sponserten zahlreiche attraktive Preise. Jede teilnehmende Gruppe erhielt zur Förderung der Medienarbeit eine Digitalkamera, die Erstplatzierten jeder Altersstufe (Primarstufe, Sekundarstufe I und Sekundarstufe II) erhielten jeweils einen Camcorder. Das Medienzentrum bot im Anschluss an den Wettbewerb Filmvorführungen an, zu denen alle Gewinnerklassen Eintrittskarten erhielten. Die Preisverleihung durch die Jury fand im Rahmen des Medientages im Kreis Gütersloh statt.

Nach gründlicher Auswertung des Projektes durch das Medienzentrum waren sich die Beteiligten einig, dass dieser Wettbewerb wichtige Impulse für die Arbeit mit Medien in den Schulen gegeben hat. Die Lehrkräfte erhielten durch die Projekte anderer Kolleginnen und Kollegen aus dem Kreisgebiet wertvolle Anregungen. Dieser regionale Bezug und die ortsnahe Begleitung durch das e-team waren entscheidend für den Erfolg.

So war auch die Bilanz vieler Kolleginnen und Kollegen äußerst positiv: Durch die Arbeit an den Projekten und die Betreuung hätten auch sie selbst viel gelernt. Ihre Schülerinnen und Schüler hätten durch das gemeinsame Ziel motiviert gearbeitet und dabei deutlich an Medienkompetenz gewonnen. Sie seien bei kommenden Wettbewerben des Medienzentrums sicherlich wieder dabei. Vielleicht ermutige dieser regionale Wettbewerb einige Klassen sogar, sich auch an überregionalen Aktionen zu beteiligen.

Neben den Schülerinnen und Schülern, den Lehrerinnen und Lehrern und den Schulen hat auch das Medienzentrum vom Wettbewerb profitiert. In der Öffentlichkeit wird es nun verstärkt mit der Vermittlung von Medienkompetenz und einem für die Schulen des Kreisgebietes attraktiven Informations- und Unterstützungsangebot für das Lernen mit Medien assoziiert.

Weitere Informationen zum Bildungsserver: [www.schulen-gt.de](http://www.schulen-gt.de)

## Kooperations- und Organisationsformen

Christiane Bröckling, Medienberatung NRW<sup>33</sup>

Aufgrund der Vielfalt der kommunalen Gebietskörperschaften in Nordrhein-Westfalen und der unterschiedlichen Zuordnungen in den Verwaltungen der Kommunen oder Kreise lassen sich keine einheitlichen Organisationsformen der Medienzentren beschreiben. Während die einen einer eigenen Verwaltungseinheit „Schule“ zugeordnet sind, gehören die anderen zum Bereich Kultur, in wieder anderen Kommunen sind die Bereiche Schule und Jugend zusammengeführt, während anderswo Schule, Kultur und Sport eine Einheit bilden. Die unterschiedlich gewachsenen Lösungen haben selbstverständlich Einfluss auf die jeweilige Organisationsform, auf nahe liegende Kooperationen, inhaltliche Schwerpunktsetzungen und möglicherweise auch auf die Gewichtung des Arbeitsbereiches.

Kooperationen mit den verschiedenen Partnern im Bereich kommunaler Medienarbeit sind – wie in den einzelnen Modulen beschrieben – mit Blick auf Qualitätssicherung und Finanzierbarkeit eine Selbstverständlichkeit. Diese Kooperationspartner werden seitens der medienpädagogischen oder –technischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Regel aus fachlichen Erwägungen gewählt. Auf der anderen Seite stehen in fast allen Kommunen und Kreisen aufgrund der kommunalen Finanznot Aufgabenüberprüfungen und Neustrukturierungen von Arbeitsbereichen an.

In diesem Zusammenhang wird auch über die Notwendigkeit, ein Medienzentrum zu unterhalten, vielerorts immer wieder kontrovers diskutiert. Als eine Option kommt dabei häufig die Zusammenlegung mit anderen verwandten Aufgabenfeldern oder Einrichtungen ins Gespräch. Dabei geraten vor allem die kommunalen, aber auch die staatlichen Einrichtungen ins Blickfeld, zu denen es inhaltliche und organisatorische Parallelen gibt. So zum Beispiel die Volkshochschulen, die öffentlichen Bibliotheken oder die regionalen Bildungsbüros<sup>34</sup>. Die Integration des Medienzentrums in die örtliche Bibliothek ist ein Thema, das die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der kommunalen Medienzentren schon seit den 70er Jahren beschäftigt und das in einigen Kreisen und Kommunen schon lange Realität ist.

### Kooperation als sachliche Notwendigkeit

Das Schulgesetz verpflichtet die Schulträger in NRW zur Ausstattung der Schu-

<sup>33</sup> Grundlage dieses Kapitels ist eine Projektgruppensitzung im März 2004 zum Thema „Institutionelle Kooperationen“ sowie die Vorträge und Diskussionen im Rahmen des NRW-Forums kommunaler Medienzentren im September 2004 in Haltern.

<sup>34</sup> „Regionale Bildungsbüros“ werden die Koordinationsstellen und Fortbildungsagenturen genannt, die im Rahmen des Landesprojektes „Selbstständige Schule“ eingerichtet wurden.

len und zur Bereitstellung von Lehr- und Lernmitteln. Der institutionelle Rahmen des kommunalen Medienzentrums ist eine gewachsene und in vieler Hinsicht bewährte Form, dieser Pflichtaufgabe nachzukommen. Um die Aufgaben umfassend, effizient, wirtschaftlich und bürgerfreundlich zu erledigen, sind vielfältige institutionelle Kooperationen unabdingbar.

Ein gemeinsames Dach – wie im Beispiel des Pädagogischen Zentrums Hamm, s.u. – kann unterschiedliche Institutionen stärken, die Berührungspunkte bei Zielgruppen und/oder Aufgabenstellungen haben und sich bei Wahrung der Eigenständigkeit auf eine gemeinsame Konzeption geeinigt haben.

Entscheidungen für die Fusion unterschiedlicher Institutionen – wie die öffentliche Bibliothek und das Medienzentrum – werden in der Regel nicht von den jeweiligen Fachleuten in den Institutionen gefällt. Politik und Verwaltung sind im Sinne der Qualitätssicherung aber gut beraten, bei der Neustrukturierung den Sachverstand und die Erfahrungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Medienzentrums einzubeziehen.

### Ziel: Optimale Unterstützung der kommunalen Bildungslandschaft

Das Ziel der kommunalen Medienarbeit ist es, die jeweilige Bildungs- und Kulturlandschaft bei optimaler Nutzung aller vorhandenen Ressourcen zu unterstützen. Die Werkstatt „Medienzentren 2005“ benennt und begründet deshalb die Dienstleistungen in diesem Feld. Sie gibt Anregungen und Beispiele für eine Zielgruppen gerechte und durch Nutzung von Synergien kostengünstige Bewältigung dieser Aufgaben. Ausgangspunkt aller Überlegungen ist immer die Frage, wie und in welchem organisatorischen Rahmen diese Dienstleistungen angeboten werden können.

Zur möglicherweise vor Ort sich aufdrängenden oder von den Medienzentren im Rahmen von strategischen Planungen selbst gestellten Frage nach der Zusammenführung von unterschiedlichen Institutionen empfiehlt sich folgendes Vorgehen:

- (1) Vergewissern über die gemeinsame Zielsetzung: Optimale Nutzung aller Ressourcen zur Unterstützung der kommunalen Bildungslandschaft
- (2) Bedarfsanalyse: Welche Zielgruppen müssen, sollen und können bedient werden? Was wird von wem gebraucht?
- (3) Bestandsaufnahme: Welche Angebote werden von wem gemacht?
- (4) Organisationsentwicklung: Welche Organisationsform ist vor Ort geeignet, um die Aufgaben möglichst Ressourcen schonend zu bewältigen?

## Beispiele institutioneller Kooperation

### Pädagogisches Zentrum Hamm

Seit Dezember 2004 ist das Medienzentrum Hamm eine „Säule“ im neu eröffneten Pädagogischen Zentrum, das ein gemeinsames Dach für unterschiedliche Institutionen der Stadt, des Landes NRW und des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe bietet.

Die gemeinsame Konzeption definiert das pädagogische Zentrum als Veranstaltungs-, Aus- und Fortbildungszentrum für umfassende pädagogische Fragestellungen. Die Aufgabenfelder der beteiligten Institutionen liegen vorwiegend im Bereich Medienbildung, Ausbildung, Fortbildung, Beratung, Schulaufsicht und Verwaltung. Bei Wahrung der Eigenständigkeit der einzelnen Einrichtungen gibt es zahlreiche Parallelen in den Aufgabenfeldern, den Zielgruppen und den Angeboten. So sind kurze Wege sowohl für die Besucherinnen und Besucher als auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Einrichtungen eine Chance. Räume können gemeinsam genutzt und durch eine gute Auslastung Kosten gespart werden. Die räumliche Nähe erleichtert die Entwicklung von fachlichem Austausch und gemeinsamen Projekten. Fachbibliotheken, Medienbestände und Internetrecherchemöglichkeit stehen allen offen.

### Bibliothek und Medienzentrum

In Nordrhein-Westfalen existieren mehrere Beispiele für eine enge Verbindung von öffentlicher Stadt- oder Kreisbibliothek und Medienzentrum:

In Solingen ist das Medienzentrum seit Anfang 2004 vollständig in die Stadtbibliothek integriert. So konnten einige Arbeitsbereiche des von Schließung bedrohten Medienzentrums sinnvoll erhalten bleiben. Das geschah allerdings mit erheblichen Abstrichen am umfassenden, pädagogisch begründeten Konzept und ohne einen personellen Ausgleich. Die Bestände wurden zunächst gründlich reduziert und dann bei separater Aufstellung und Verweis auf die besonderen Lizenzen vollständig in das Verleihsystem der Bibliothek integriert.

Neu ist auch die Duisburger Lösung. Im März 2004 wurde das Schulmedienzentrum in der Stadtbibliothek eröffnet. Mit eigenem Verleihsystem und Verwaltungspersonal ist es institutionell in die Kinder- und Jugendabteilung der Stadtbibliothek integriert. In Duisburg haben Angebote für Kinder- und Jugendliche wie das Kinderfilmfest eine lange und erfolgreiche Tradition, ebenso wie die Zusammenarbeit mit Schule und Kindergärten durch das Angebot von Themenpaketen und Klassensätzen. Die enge Kooperation mit Schulverwaltung und Schulaufsicht ist in diesem Rahmen bereits erprobt. Noch im Aufbau ist die Zusammenarbeit mit dem e-team, das mit etwas Zeitverzug seine Geschäftsstelle im selben Gebäude einrichten konnte.

In Gelsenkirchen ist das Medienzentrum schon seit 30 Jahren in der Stadtbibliothek angesiedelt, geleitet von einer Bibliothekarin. Im Laufe der Jahre wurde die

räumliche Trennung von Bibliothek und Bildstelle vollständig aufgehoben. Die Präsenzbestände und die Sachvideos der Stadtbildstelle wurden den Buchsachgruppen zugeordnet, Dias und 16mm-Filme ins Magazin umgesetzt. Der ehemalige Lesesaal ist zum Multimediabereich von Stadtbildstelle und Stadtbibliothek umgewandelt, der demnächst ausschließlich für Fortbildungen, Gruppennutzung und Veranstaltungen vorgesehen ist. Die Nutzerinnen und Nutzer schätzen es, alle Medien zu einem Thema am selben Ort zu finden; dies entspricht den Bedürfnissen der Pädagoginnen und Pädagogen ganz besonders. Der Verleih und die Arbeit mit Medien sind die Schwerpunkte des Gelsenkirchener Medienzentrums. Es sind Bereiche, die die Bibliothekarinnen und Bibliothekare gut realisieren können.

Eine Qualifizierung und Profilierung, die darüber hinaus geht, erfordert die intensive Zusammenarbeit mit den Medienberaterinnen und den -beratern sowie mit dem örtlichen e-team, die im gegebenen institutionellen Rahmen der Bibliothek weniger nahe liegt und noch nicht selbstverständlich ist.

### Beispiele aus Kreisen

In Bergisch-Gladbach sind seit einigen Jahren die Stadtbücherei, Kreisbücherei, der Spieleverleih des Jugendamts und die Bildstelle des Oberbergischen Kreises in einem Gebäude mit einer Verleihtheke zusammengelegt. Im gleichen Haus ist darüber hinaus ein ortsansässiger Kulturverein untergebracht. Vorteile bringt diese Organisationsform für eine kunden orientierte unkomplizierte Medienbereitstellung und den Verleih. Nachteile hat diese Lösung allerdings für die eigentliche medienpädagogische Arbeit und die Einbindung von Medienberaterinnen und -beratern und des e-teams.

Im Kreis Soest wurden die Weichen für eine etwas andere Lösung gestellt. Die Fahrbibliothek (Bücherbus) des Kreises wird vom Medienzentrum übernommen und die Bestände in einem Haus – dem zukünftigen Medienhaus - zusammengefasst. Eigenes pädagogisches Personal gibt es nicht, jedoch eine enge Kooperation mit dem e-team. Die medienpädagogischen Themenschwerpunkte liegen im Bereich Leseförderung sowie der Fortbildung von Erzieherinnen und Erziehern mit externen Referentinnen und Referenten.

## Chancen und Risiken

Am Beispiel der Integration eines Medienzentrums in eine Bibliothek sollen – mit Blick auf die in der Werkstatt beschriebenen Dienstleistungen – die möglichen positiven Effekte, aber auch die Risiken beschrieben werden.

Modul	Chancen	Risiken
Medienbereitstellung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• höhere Auslastung – erweiterte Öffnungszeiten, Ausleihe über Bibliotheksstellen, Bücherbusse etc.</li> <li>• Bessere Kundenorientierung</li> <li>• Erschließen neuer Zielgruppen</li> <li>• vielfältigeres Medienangebot, Medienpakete (Buch, Film, CD-ROM...)</li> <li>• didaktisierte Materialien auch für Schüler/innen zugänglich, Chance für Selbstlernen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• unzureichende Unterscheidung von privaten und öffentlichen Lizenzierungen</li> <li>• geringere Kommunikation mit Pädagogen/innen</li> </ul>
Medienberatung und Fortbildung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzen kostengünstiger Personal-Ressourcen für allgemeine Anfragen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• strukturell: Distanz zum System der Lehrerfortbildung, deshalb Einbindung des e-teams erschwert</li> <li>• pädagogische und didaktische Beratung nicht direkt zugänglich</li> </ul>
Support, medientechnische Unterstützung		<ul style="list-style-type: none"> <li>• keine Anbindung an entsprechende Bibliotheksangebote</li> <li>• Übernahme medientechnischer Dienstleistungen ohne entsprechende pädagogische Beratung</li> <li>• Abkoppelung von First- und Second-Level-Support-Konzepten</li> </ul>
Lern- und Veranstaltungsort	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ausgeprägte Kultur des Selbstlernens nutzen</li> <li>• Internetarbeitsplätze sind in der Regel vorhanden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profil ist abhängig von der Gewichtung des Bereiches medientechnische Unterstützung, der technischen Ausstattung und des vorhandenen medientechnischen Know-hows</li> </ul>
Medienkulturarbeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• für ein breites Publikum eingeführte Örtlichkeit, keine Schwellenängste</li> <li>• Angebote sind in beiden Bereichen möglich und üblich, Synergien denkbar</li> </ul>	

Medienproduktion – aktive Medienarbeit		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profil ist abhängig von der Gewichtung des Bereiches medientechnische Unterstützung, der technischen Ausstattung und des vorhandenen medientechnischen und –pädagogischen Know-hows</li> </ul>
Informationsmanagement		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sofern entsprechendes medienpädagogisches und –technisches Know-how vorhanden ist, sind keine Nachteile zu erwarten.</li> </ul>







**Medienberatung NRW**